# آشنایی با فضای مجازی و شبکه های اجتماعی

ناصر کاوه



## رهبر معظم انقلاب

در فضای مجازی اگر آدم درست وارد شود خوب است. اما اگر برود غرق بشود، نه خوب نیست. جای **خطرناکی** است؛ خیلی باید آدم مراقب باشد.

۱۳۹۵/۹/۴


بسم الله الرحمن الرحيم

# آشنایی با فضای مجازی
# و
# شبکه های اجتماعی

ناصر کاوه

این کتاب تقدیم می شود

**به ائمه معصومین (صلوات الله علیهم)**

**امام خمینی (ره)وشهدای ایران اسلامی از صدراسلام تا شهدای مدافع حرم**

امام خامنه ای :یک رزمنده تازمانی که خاطراتش راثبت نکرده، هنوز به تاریخ و آینده وآرمانش بدهکاراست .خاطره نویسان جنگ مقتل خوانان دفاع مقدس هستند که، صحنه های جنگ را دیدند و نوشتند. اگر این دسته از نویسندگان این کار را انجام ندهند شاید نسلهای بعدی حقایق راباور نکنند و کارهای بزرگ در زمان خود خفه شوند،چرا که ترسها، امیدها و فداکاری ها در تاریکی وگمنامی جبهه ها اتفاق افتاده که جز خداهیچ کس ازآن خبر ندارد.هیچ کس این حقایق و بهجت هایی که رزمندگان هنگام عملیات ها داشتند را نمی بیند، مگراینکه جهاد بزرگی رخ دهد وآن ثبت خاطرات برای دیگران است.

# فهرست






امروز جنگ نرم مطرح است ؛ نه امروز ، سی سال است که مطرح است ، در جنگ نرم آن چیزی که باید مورد توجه باشد ، این است که در جنگ نرم و جنگ روانی هدف دشمن این است که محاسبات طرف مقابل را عوض کند .

در جنگ نرم هدف آن چیزی است که در دل های شماست ، در ذهن شماست ، در مغز شماست ، یعنی اراده ی شما ، دشمن می خواهد اراده ی شما را عوض کند.

**امام خامنه ای** (دام ظله)

بیانات در دیدار با دانشجویان

۱۳۹۱/۵/۱۶

## مقدمه

مواجهه امروزی با فضای مجازی که به گفته کارشناسان و صاحب نظران به عرصه حقیقی زندگی بشر تبدیل شده است، چالش هایی را در جامعه ایجاد کرده است که حاصل توسعه سریع اینترنت و شبکه های اجتماعی و پایین بودن دانش رسانه ای جامعه است. در بخش اول این مقاله با فضای مجازی آشنا می شویم.

## فضای مجازی چیست؟

نمی توان فضای مجازی را مترادف با اینترنت دانست، اما اینترنت ابزار ورود به فضای مجازی است؛ اینترنت سامانه ای جهانی از شبکه های رایانه ای به هم پیوسته است که از مجموع « پروتکل اینترنت» (استانداردهای اینترنت چارچوبی را مشخص می کنند، که به نام «مجموعه پروتکل اینترنت» شناخته می شود. این بسته یک مدل معماری است که با لایه بندی ای که انجام می دهد باعث ایجاد این ارتباط می شود؛ برای مثال یکی از این لایه ها، پروتکل آدرس دهی اینترنت

(IP)است که این قابلیت را به رایانه ها می دهد که یکدیگر را شناسایی کنند و مکان یکدیگر را بیابند و به هم متصل شوند.)

برای ارتباط با یکدیگر استفاده میکنند. به عبارت دیگر اینترنت شبکه شبکه ها است که از میلیونها شبکه خصوصی، عمومی، دانشگاهی، تجاری و دولتی در اندازه های محلی و کوچک تا جهانی و بسیار بزرگ تشکیل شده است. که با آرایه-های وسیعی از فناوری های الکترونیکی و نوری به هم متصل شده اند. اگر بخواهیم آنچه اینترنت را تشکیل می دهد معرفی کنیم، باید به سه بعد اشاره کنیم:

زیرساخت: منظور وسایل فیزیکی است که امکان اتصال و دسترسی به فضای مجازی را فراهم می کند که شامل روش اتصال به اینترنت اعم از استفاده از خطوط تلفن(Dial-up) ، وای فای(Wi-Fi) ، ماهواره و فناوری تلفن همراه G۳ و غیره، همچنین دستگاه اتصال به اینترنت اعم ازتلفن همراه، تبلت، رایانه و .... می شود.

خدمات: منظور نرم افزارهایی است که روی زیرساخت فضای مجازی ارایه می شوند و شرایط برقراری ارتباط اینترنتی را برقرار می کنند.

محتوا: منظور نوع و میزان داده ها (Data ) و اطلاعاتی است که از طریق نرم افزارهای فضای مجازی منتقل می شوند که می تواند در قالب متن، صوت، تصویر، ویدیو یا فایل کاربردی باشد. و به لحاظ موضوعی هم شامل اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی، دینی، آموزشی، سرگرمی و ... می شود. از این سه مورد که در بالا به آن اشاره شد، آن چیزی که اهمیت و کاربرد بیشتری دارد، خدمات فضای مجازی است؛ فضای مجازی آنقدر از لحاظ محتوایی خدمات متنوعی دارد، که به سختی می توان از آن دسته بندی ای ارائه داد، اما خدمات موجود را می توان در دسته بندی های استقرایی زیر خلاصه کرد:

خدمات پایه: شامل موتورهای جست و جو است.

انتقال پیام: شامل ایمیل، پیام رسان های فوری مانند تلگرام و برقرارکننده های صوتی و تصویری مانند ایمو و اسکایپ می شود.

اشتراک گذاری: شامل سرویس های میزبانی فایل، متن، صوت، عکس ( اینستاگرام)، ویدیو (یوتیوپ و آپارات) می شود.

**آموزش و تحصیل: شامل دانشگاه های آنلاین و وبسایت های درس محور است.**

**خدمات شهروندی بین مردم و حاکمیت: اعم از دولت الکترونیک، امور قضایی، ثبت درخواست ها مجوزها و ... است.**

**کسب و کار: تجارت الکترونیک اعم از خرید و فروش کالا، تراکنش های مالی، مبادله بورس و اوراق بهادار و .... است.**

**شبکه های اجتماعی و پیام رسان: شبکه های اجتماعی رایانه مانند فیس بوک و کلوب، شبکه های اجتماعی موبایلی مانند تانگو و .... از جمله شبکه های اجتماعی به شمار می روند.**

**تفریح و سرگرمی: شامل انواع بازی های رایانه ای، گیم ها، ورزش های فکری و غیره است.**





جنگ نرم یک عرصه‌ی بسیار وسیعی است و روز به روز هم با گسترش این فضای مجازی دارد گسترده‌تر می شود و خیلی هم **خطرناک‌تر** از جنگ سخت است.

امام خامنه‌ای دام ظله

۱۳۹۵/۹/۳



# فضای مجازی چیست؟

فضای مجازی یک مفهوم فردی و همچنین بین‌المللی است که یک فناوری دیجیتال گسترده و به هم پیوسته را توصیف می‌کند. این اصطلاح از داستان‌های علمی و هنری وارد فرهنگ عامه شد، اما اکنون توسط استراتژیست‌های فناوری، متخصصان امنیتی، رهبران دولت، ارتش و صنعت و کارآفرینان برای توصیف حوزهٔ




خدمات فضای مجازی مهم ترین بعد اینترنت به شمار می رود. اینترنت ابزار ورود به فضای مجازی است؛ اینترنت شبکه، شبکه ها است، که از میلیون ها شبکه خصوصی، عمومی، دانشگاهی، تجاری و دولتی در اندازه های محلی و کوچک تا جهانی و بسیار بزرگ تشکیل شده است.

# ویژگی های فضای مجازی

پویایی زمان و فشردگی مکان از ویژگی های مهم فضای مجازی به شمار می رود. فضای مجازی پیوستاری از فضای واقعی است، اگرچه تفاوت هایی نیز با فضای فیزیکی دارد. فضای مجازی ویژگی های خاصی دارد که آن را با فضای فیزیکی و عینی متمایز می کند.



پویایی زمان :اولین ویژگی فضای مجازی این است که زمان در آن پویا شده است. برعکس دنیای واقعی که زمان گذشته و آینده دارد، این هم-زمانی در فضای مجازی، نوعی پویایی را درکار ایجاد کرده است. روز و شب در فضای مجازی وجود ندارد و هر زمان که شما به اینترنت وصل می شوید، هزاران نفر را می بینید که آنلاین هستند و به کار مشغولند. به عبارت دیگر، کار در فضای مجازی تمامی ندارد؛ یعنی تولید و توزیع، پیوسته و ناتمام ادامه دارد.

فشردگی مکان: ویژگی دوم فضای مجازی فشردگی مکان است. در زمانهای قدیم فاصله جغرافیایی، محدودیت محسوب می شد، در حالی که در این فضا این محدودیت از بین رفته است و در این محیط همه جهان با هم همسایه شده اند. افراد بدون طی مسافت فیزیکی می توانند با دوستان، همکاران، جوامع و فرهنگ های مختلف آشنا شوند و تعاملات درازمدت برقرار کنند. اخبار به سادگی در دسترس افراد قرار می گیرد و به سرعت باعث واکنش هایی می شود.

تکثر و تنوع عددی: جهان مجازی از محیطی متکثر، عددی، غیرمرکزی و به هم پیوسته برخوردار است. همین ویژگی سوم باعث لایه-ای شدن فضای مجازی می شود که طبقه بندی اطلاعات و دسترسی به آنها را سرعت می بخشد. اطلاعات مربوط به اشخاص، علوم، ادیان، هنرها، اشیا و اماکن همگی در فضای مجازی به راحتی قابل دسترسی هستند. در حقیقت فضای مجازی نوع متفاوتی از واقعیت مجازی دیجیتالی است که آن را «واقعیت خلق شده به وسیله رایانه» می دانند؛ واقعیتی که از آن جهت مجازی یا مصنوعی است که در دنیای واقعی و محیط مادی، مکانی را اشغال نکرده و در اذهان کاربران و درنیتجه تعامل با واسط الکترونیکی به وجود آمده است و می تواند کاری کند که افراد زندگی جدیدی را تجربه کنند.

پیوستگی و یکپارچگی: به هم پیوستگی و یکپارچه بودن فضای مجازی، منجر به ارائه خدمات اینترنتی مکمل شده است. خدمات اینترنتی با توجه به زیرساخت، برنامه، محتوا، لایه های مختلف و متنوعی پیدا می کند. در یکپارچه شدن، خدمات

از سطح خرد به سطح کلان و از تصویر جزیی به تصویر کامل منتقل می شود. در نتیجه نوعی یکپارچگی خدمات را به وجود می آورد. برای مثال هرکسی هم زمان میتواند درخواست ویزا، مشاهده فضای هتلها و خریدبلیت هواپیما را انجام دهد گمنامی هویت: پنجمین خصوصیت فضای مجازی، گمنامی و سیال بودن هویت کاربران است. در طول تاریخ هویت افراد همیشه ثابت، ایستا و استوار بر تعریف مشخص پشتیبانی شده از سوی جامعه و نظام های قانونی است که در آن متولد شده است؛ اما در فضای مجازی این امکان وجود دارد که فرد سن، جنس، طبقه و دیگر ویژگیهای اجتماعی و فرهنگی اش را هرطور که خودش دوست دارد معرفی کند و پس از مدتی می تواند این مشخصات را هم تغییر دهد. امکان گمنامی و ناشناخته بودن، امکان پنهان سازی ابعادی از شخصیت، جستجوی همفکران، دوستی با دوستان، اختیار و اقتدار مطلق و احساس عدم تعلق به مکان خاص از مهمترین تاثیرهای این فضا است.




فردگرایی: در نهایت آخرین ویژگی فضای مجازی، فردگرایی فزاینده در آن است. در فضای مجازی محدودیت های ناشی از عضویت در خانواده، گروه و جمع های خاص از بین می رود و فرد نیازی ندارد ملاحظه کسی را کند و رفتارش را متناسب با هنجارها و تایید دیگران شکل دهد، بنابراین به راحتی می تواند با هرکسی که می خواهد ارتباط برقرار کرده یا قطع رابطه کند. این وِیژگی در عین اینکه احساس آزادی زیادی به افراد می دهد، باعث ایجاد خود محوری و فرد گرایی در افراد می شود که تنها خود و خواسته های خودشان برایشان اهمیت داشته باشد و به مرور ترجیح میدهند که با رایانه بی طرفی ارتباط برقرار کنند تا انسانهای دیگر.

## آشنایی با اصطلاحات فضای مجازی

در حال حاضر انواع شبکه اجتماعی داخلی و خارجی، برای برقراری ارتباط و تعامل، در جهان وجود دارد. اینترنت ابزار ورود به فضای مجازی است؛ در واقع ایـنترنت، به عنوان یکی از کارآمـدترین رسانه‌های جهانی برای برقراری ارتباط و تـعامل بین المللی، نقش تعیین کننده ای در انتقال فرهنگ و اطلاعات دارد.

### ۱ـ رایانامه (ایمیل)

رایانامه ها از پرکاربردترین سرویس های فضای مجازی است.رایانامه در واقع صندوق پست الکترونیکی است که جایگزین صندوق پست فیزیکی شده است. شرکتهای گوناگون، سازمانها، نهادها، شخصیت های حقوقی و افراد عادی ترجیح می دهند به جای ارسال نامه از طریق پست یا نمابر (فکس)،از رایانامه استفاده کنند.یاهو (Yahoo) اولین رایانامه محبوب ایرانیان وپس از آن سرویس جی میل (Gmail) با نوآوری و تنوع در خدمات گوی سبقت را از یاهو ربود. بین سرویس های ارایه دهنده ایمیل، هات میل (Hotmail) نیز در رده سوم قرار می گیرد

**۲ـ بازی رایانه ای (گیم)**

دومین شبکه ارتباطی در فضای اینترنت، بازی های رایانه ای است.کاربران این شبکه گسترده جهانی را بازی بازانی تشکیل میدهند که در دنیای بازی به آنان بازی خور یا گیمر می گویند. بازیهای رایانه ای براساس روند و نحوه انجام بازی به ژانر یا سبکهای مختلفی تقسیم بندی می شوند : سبک اکشن (هیجانی)، سبک تیراندازی، سبک ماجراجویی، سبک استراتژی، سبک شبیه سازی، سبک ورزشی، سبک معمایی و...

**۳ـ انجمن ها و تالارهای گفت وگو (فروم)**

انجمن جایی است که کاربران در آن درباره موضوع خاصی به صورت عمومی و یا تخصصی به تبادل اطلاعات می پردازند. کاربران در انجمن مانند شبکه های اجتماعی، ارتباط برخط میان فردی صوتی و تصویری ندارند، بلکه تنها می توانند درباره موضوع خاصی در اتاقی عمومی به بحث و تبادل نظر بپردازند و برای کاربران دیگر پیام خصوصی بفرستند و یا دریافت کنند.

وجه تمایز این تالارها از دیگر شبکه ها، این است که معمولا تالارها جایی است برای یادگیری آنچه فرد نمی داند.

## ٤_ شبکه های اجتماعی

شبکه های اجتماعی مجموعه ای عموما از افراد یا سازمانها هستند که به وسیله یک یا چند نوع خاص از وابستگی مانند: ایده ها و تبادلات مالی، دوست ها، خویشاوندی، لینک های وب و ... به هم متصل شده اند.

در حال حاضر شش نوع شبکه اجتماعی در جهان وجود دارد:

الف _ شبکه های اجتماعی متن محور: در این نوع از شبکه ها کاربران بیشتر از متن برای برقراری ارتباط با دیگران استفاده می کنند؛ «گوگل -پلاس» و «فیس بوک» از مشهورترین شبکه های اجتماع متن محور هستند.

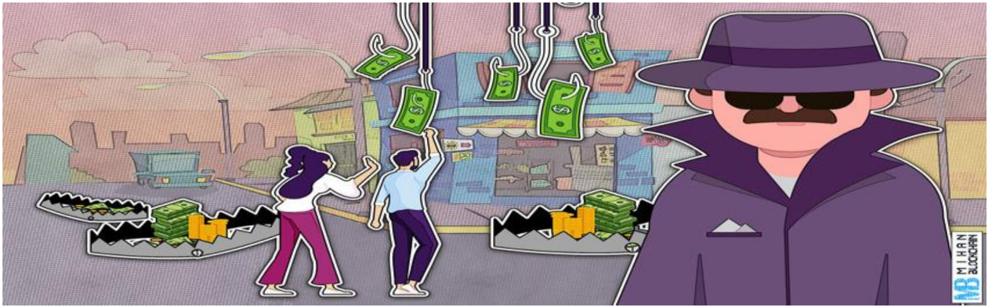
ب _ شبکه های اجتماعی فیلم محور: در این شبکه ها، زبان برقرای ارتباط و سخن گفتن، فیلم است. یوتیوب و سایت داخلی آپارات از معروف ترین شبکه های اجتماعی فیلم محور هستند.

ج ـ شبکه های اجتماعی تصویر محور: در این شبکه ها، کاربران با ارسال تصاویر با دیگران ارتباط برقرار می کنند. و بیش از هرچیز از این ابزار برای انتقال اهداف خود استفاده می کنند. «اینستاگرام» و « فلیکر» از این دسته شبکه ها هستند.

د ـ شبکه های اجتماعی موضوع محور: آنچه بیش از هرچیز به ارتباط در این شبکه جهت می دهد، موضوع شبکه است؛ یعنی مهم نیست که کاربران از چه ابزاری برای برقراری ارتباط استفاده می کنند، بلکه موضوع مورد بحث اهمیت دارد. این نوع از شبکه های اجتماعی بیشترین تنوع را دارند؛ برای مثال موضوعاتی مانند کاریابی، تجارت، همکلاسی های قدیمی، نگهداری از حیوانات خانگی و ... هریک حداقل شبکه ی اجتماعی را به خود اختصاص داده اند. شبکه های «لینکدین»، «کلاسمیت» و «داگاستر» از این نوع شبکه ها هستند.

وـ شبکه های مخاطب محور: مخاطب مهمترین دلیل به وجود آمدن این نوع شبکه است. شبکه اجتماعی «نی نی فیس» با محوریت کودک و «امپرس» با محوریت زنان از جمله این شبکه ها محسوب می شوند.

م ـ شبکه های اجتماعی خدمات محور: در این نوع از شبکه ها خدماتی مانند تماس صوتی و تصویری، سرگرمی، فروشگاه آنلاین، پیام رسانی و خدمات عمومی از قبیل کرایه تاکسی، تعیین وقت دکتر، پرداخت قبض برق و ... ارایه می شود. از بین این نرم افزارها، آن دسته که امکان تماس صوتی و تصویری ارایه می دهند در حقیقت همراه شما ، زیرا امکانات اپراتور تلفن همراه را اعم از تماس صوتی و تصویری، ارسال پیام و ارسال محتویات چندرسانه ای، نمایش افرادی که در اطرافتان از این برنامه استفاده می کنند و تشکیل گروه های گوناگون را در اختیار دارند. این نوع از شبکه ها، در خارج از کشور، «برنامه ارتباطی» نامیده می شوند. آمازون، دیجی کالا، اسنب و... از شبکه های اجتماعی خدمات محور هستند.



## اهداف و کارکردهای شبکه های اجتماعی

### ۱ ـ سازماندهی انواع گروه های اجتماعی مجازی

همان گونه که فلسفه وجودی شبکه های اجتماعی واقعی، تشکیل و پیوند گروه های اجتماعی بر محور مشترکات اعتقادی، اقتصادی، سیاسی و اجتماعی است، بسیاری از شبکه های اجتماعی در اینترنت نیز با انگیزه سازماندهی کردن گروه های اجتماعی مجازی با تکیه بر اشتراکات مختلف شکل می گیرند. پیدا است که اعضای این اجتماعات مجازی با پیوندهایی که با یکدیگر دارند، در مجموع به دنبال تحصیل یک هدف مشترک در دنیای واقعی که غالباً هدفی سیاسی، اجتماعی یا فرهنگی است، هستند.

### ۲ ـ توسعه مشارکت های اجتماعی

در شبکه های اجتماعی، همواره اعضای شبکه به صورت مستقیم یا غیر مستقیم به شرکت در فعالیت های واقعی در زندگی اجتماعی تحریک و تشویق می شوند. تأثیرگذاری قابل توجه شبکه های اجتماعی بر میزان و کیفیت مشارکت های

اجتماعی در جوامع مختلف به حدی بوده است که اخیراً تعداد قابل توجهی از شبکه های اجتماعی، دقیقاً با هدف توسعه مشارکت اجتماعی مردم در زمینه های خاص ایجاد شده اند.

**۳ ـ به اشتراک گذاشتن علاقه مندی ها توسط اعضا**

یکی از رویکردهای اصلی شبکه های اجتماعی، به اشتراک گذاشتن علاقه مندی های کاربران شبکه با یکدیگر است. موضوعِ به اشتراک گذاشتن علاقه مندی ها در شبکه های اجتماعی، از چنان اهمیتی برخوردار است که می توان گفت بدون آن، شبکه اجتماعی معنا نخواهد داشت.

هدف از این کار آن است که هر یک از کاربران بتواند دغدغه های خود را مطرح نموده و در جریان دل مشغولی های دیگران نیز قرار بگیرد.

همچنین از طریق این ویژگیِ شبکه های اجتماعی کاربران می توانند به بسیاری از نرم افزارهایی که سایر کاربران به اشتراک گذاشته اند، به آسانی دسترسی داشته باشد.

### ۴ ـ ایجاد محتوا توسط اعضا

بر خلاف سایر رسانه ها که مخاطبان، چندان تعاملی در تولید محتوا و انتخاب محتوای دلخواه خود ندارند، در وب سایت های شبکه های اجتماعی، کاربران می توانند تولید کننده، تأثیرگذار و دارای قدرت انتخاب و بهره برداری از تنوع بیشتری باشند. با توجه به این مطلب، پایگاه های شبکه های اجتماعی بیش از هر رسانه دیگری می توانند باپیشرفت فناوری وتوسعه جوامع به برتری های سایر رسانه ها همچون تلویزیون که از قوه شنیداری و دیداری به خوبی بهره می برد، خاتمه دهند.

### ۵ ـ تبلیغات هدفمند اینترنتی

شبکه های اجتماعی در اینترنت، یکی از منابع مهم برای کسب درآمد از راه تبلیغات به شمار می آیند؛ چرا که اعضای شبکه های اجتماعی در صفحات مربوط به خود درباره علایق خود صحبت می کنند و این به شرکت های تبلیغاتی اجازه می دهد که بر اساس همین علایق، برای آنها آگهی بفرستند.

**علاوه بر این، بسیاری از شرکت ها با ایجاد حساب کاربری و صفحات شخصی در شبکه های معروف، با سایر کاربران و مشتریان خود و نیز سایر شرکت ها ارتباط برقرار نموده و امور تجاری خود را پیش می برند.**



## مزایای شبکه های اجتماعی



**۱ ـ انتشار سریع و آزادانه اخبار و اطلاعات، افزایش قدرت تحلیل و ...**

اخبار شبکه های اجتماعی بدون سانسور منتشر می شوند و این می تواند یک مزیت تلقی شود؛ هرچند امکان تکثیر اطلاعات مخدوش و نادرست نیز در این شبکه ها بیش از نسل قبلی رسانه ها است. البته امکان مقایسه و تحلیل اطلاعات برای مخاطبان وجود دارد و نباید بنا را بر اعتماد به هر آنچه در این شبکه ها تولید و بازنشر می شود، گذاشت. تحلیل اخبار متناقضی که در این نوع پایگاه ها منتشر می شود، قدرت نقد و نگاه عمیق تر به مسائل اجتماعی را فراهم می کند. این نوع پایگاه ها به مخاطبان خود فرصت می دهند تا از تبعیت کورکورانه فاصله گرفته و در درازمدت به خرد نقادانه روی آورند.

**۲ ـ امکان عبور از مرزهای جغرافیایی و آشنایی با افراد، جوامع و فرهنگ های مختلف:** امروزه شبکه های اجتماعی، مهد تمدن ها و فرهنگ های مختلف بشری است. وجود زبان های مختلف در رسانه های اجتماعی، امکان حضور تمام افراد جامعه را فراهم می کند که می توانند فرهنگ حاکم بر جامعه خود را به معرض

دید عموم بگذارند. اینکه یک جوان بتواند با امثال خود در کشورهای دیگر جهان ارتباط برقرار کند، باعث می شود تا این رسانه ها به مکانی تبدیل شوند که وی بتواند فرهنگ ها و آداب و رسوم کشور خود را به دیگران معرفی کند و به اشتراک بگذارد. همچنین در این شبکه ها ایده های جدید جهت گسترش جامعه، معرفی شده و مورد بحث قرار می گیرند. سازمان ها نیز می توانند فرهنگ و دیدگاه خود را در معرض دید تمام جوامع قرار دهند.

۳ ـ شکل گیری و تقویت خرد جمعی: یکی از شاخصه های مهم شبکه های اجتماعی مجازی، پدیدار شدن خرد جمعی است. خرد جمعی به جریان سیال و پویای قوه تفکر و ذهن کاربران حاضر در چنین محیط هایی اطلاق می شود که به مثابه یک پردازشگر عظیم، اطلاعات را پردازش و پایش می کند. همانند دنیای ابر کامپیوترها که قدرت پردازشی آنها، از ترکیب چندین پردازشگر منفرد حاصل می شود، نیروی تفکر و ذهن کاربران شبکه اجتماعی، به مدد تعاملات اجتماعی

اینترنتی و بهره گیری از ابزارهای اینترنتی با یکدیگر ترکیب و همراه می شوند و نیرویی عظیم با قدرت پردازشی بالا پدید می آورند.

این مطلب به خوبی ضرب المثل بزرگمهر را که گفته است: «همه چیز را همگان دانند» در ذهن تداعی می کند.

۴ ـ امکان بیان ایده ها به صورت آزادانه و آشنایی با ایده ها، افکار و سلیقه های دیگران: شبکه های اجتماعی، ارسال بازخورد از سوی مخاطب و همکاری و همگامی کاربران با همدیگر را تسهیل کرده و آنها را به مشارکت در بحث ها تشویق می کنند. این شبکه ها مرز و خط کشی بین رسانه و مخاطب را از بین برده اند. اغلب شبکه های اجتماعی برای مشارکت اعضا و دریافت بازخورد، باز هستند. آنها رأی دادن، کامنت گذاشتن و به اشتراک گذاری اطلاعات را تشویق می کنند. به ندرت مانعی برای تولید و دسترسی به محتوا در این وب سایت ها وجود دارد. رسانه های سنتی عمل انتشار را انجام می دادند و محتوا را برای مخاطب ارسال می کردند؛ ولی در رسانه های اجتماعی فضایی برای گفتگو و

محاوره دوطرف وجود دارد و جریان ارتباطی از حالت یک سویه به دوسویه تغییر پیدا کرده است.

۵ ـ کارکرد تبلیغی و محتوایی: حضور افراد در شبکه های اجتماعی، احتمال مشارکت ها و کنش های اجتماعی را در آنان افزایش می دهد. پس هر چه پیوند افراد و اعضا درشبکه ها، بیشتر و انبوه تر باشد، همراهی و تعاملات و نزدیکی دیدگاه ها و حرکت همسو و مشترک، محتمل تر خواهد شد. از این رو، استفاده از چنین فضایی برای معرفی و تبلیغ و همچنین هم راستایی مخاطبان در جهت اهداف رسانه ای خود، نقش بسیار و تأثیر بالایی دارد.



۶ . ارتباط مجازی مستمر با دوستان و آشنایان: شبکه های اجتماعی در اینترنت، موجب گسترده تر شدن دامنه ارتباطات ما شده است. ما می توانیم آشنایانی را که مدت بسیاری است از آنها خبر نداریم یا از آن ها بسیار دور هستیم، در فضای مجازی پیدا کنیم و معاشرتمان را با آنان از سر بگیریم. دوستانی را که زمان درازی است ندیده ایم، بار دیگر می بینیم و در مجموعه ای گسترده تر، به دوستی مان ادامه می دهیم. می توانیم از کتاب ها، فیلم ها، سلایق و عقاید یکدیگر استفاده کنیم و آنها را با سایر دوستانمان به اشتراک بگذاریم؛ آن هم با چند کلیک. در حالی که این کارها، پیش تر بسیار وقت گیر بودند و نیاز به حوصله فراوانی داشتند و همه اینها در نهایت، به رشد فکری و تکامل دسته جمعی کاربران کمک می کند.

۷ ـ تبلیغ و توسعه ارزش های انسانی و اخلاقی در عرصه جهانی: گرچه به علت غلبه ابعاد دیگر شبکه های اجتماعی، بعد ارزشی آن کمتر مورد توجه قرار گرفته است، اما به جرأت می توان گفت که یکی از قابلیت های مهم شبکه های اجتماعی که تاکنون مورد غفلت واقع شده ، فراهم کردن فضایی بین المللی جهت تبلیغ و

اشاعه ارزش های دینی، اعتقادی، انسانی و اخلاقی است. بسیاری از کاربران شبکه های اجتماعی افرادی هستند که در صورت تبلیغ صحیح ارزش های اخلاقی و انسانی، از آن استقبال کرده و تحت تأثیر قرار خواهند گرفت.

۸ ـ یکپارچه سازی بسیاری از امکانات اینترنتی و وبی : مزیت اصلی شبکه های اجتماعی، یکپارچه سازی امکانات پایگاه های مختلف است. امکاناتی از قبیل ایجاد صفحات و پروفایل های شخصی، ساخت وبلاگ ها، جستجوی اینترنتی، اطلاع از اخبار و رویدادها و شرکت در فضاهای گفتگو (چت روم ها و فروم ها) و فضا برای آپلود فایل ها که تا پیش از این کاربران برای استفاده از هر کدام از آنها باید عضو سایتی می شدند، اکنون از طریق تنها یک عضویت ساده، امکان پذیر است. وب سایت های شبکه اجتماعی، محل ارائه خدمات جدید در قالب های مختلف هستند. این وب سایت ها به راحتی با پایگاه های اینترنتی بزرگ دنیا مانند: گوگل، یاهو و حتی پایگاه های تخصصی، لینک داخلی برقرار می کنند و از امکانات آنها در وب سایت خود استفاده می کند.



لزوم توجه به فضای مجازی
دشمن از طریق تولید و ترویج شبهات و همچنین تولید محتوای ضد عفت و حیا، به‌دنبال انحراف جوانان مؤمن و سالم از اصل دین و دریدن پرده های حیا است و امروز این کار در بستر فضای مجازی است.
فضای مجازی، به‌صورت توأمان دارای منافع و مضرات بی‌شماری است که باید با استفاده از فرصت‌های آن، مفاهیم اسلامی را در سطح گسترده ترویج کرد.
۱۳۹۵/۶/۱۶

۹ ـ توسعه مشارکت های مفید اجتماعی: ایجاد انسجام اجتماعی در بین مردم و تسریع در سازماندهی فعالیت های مفید سیاسی و اجتماعی، از آثار مثبت شبکه های اجتماعی است.

۱۰ ـ فزایش سرعت در فرایند آموزش و ایجاد ارتباط شبانه روزی بین استاد و شاگرد بی شک، شبکه های اجتماعی اینترنتی نقش بسیار موثری در توسعه آموزش های تخصصی و عمومی دارند. گرچه به علت عدم امکان نظارت علمی، بسیاری از محتواهای اینترنتی هنوز به مرتبه قابل قبولی از اعتبار علمی نرسیده اند، اما در عین حال شبکه های اجتماعی یکی از عرصه های اینترنتی هستند که کاربران بی شمار آنها به صورت خودجوش اقدام به آموزش و انتقال دانسته های تخصصی و عمومی خویش به دیگران می کنند. علاوه بر این، شبکه های اجتماعی علمی و آموزشی نیز به صورت تخصصی و با هدف آموزش از راه دور یا همان آموزش مجازی، مشغول فعالیت هستند. با استفاده از شبکه های اجتماعی آموزشیِ مجازی، دانش آموزان و دانشجویان می توانند دامنه فرآیند یادگیری

خود را در هر لحظه که نیازمند سؤال و برقراری رابطه با استاد یا سایر دانشجویان هم رشته ای باشند، به خارج از محدوده های کلاس گسترش دهند.

**۱۱ ـ افزایش اعتماد، صمیمیت و صداقت در فضای سایبر**

مردم در گذشته استفاده از فضای تعاملی مانند چت را تجربه کرده اند؛ اما در این فضا، کاربران کمتر شخصیت و هویت خود را به درستی اعلام می کنند و از نام ها و شخصیت های مستعار استفاده می کنند؛ زیرا به این فضا اعتماد لازم را برای بازگو کردن حقیقت ندارند. با شکل گیری وب سایت های شبکه اجتماعی مانند: مای اسپیس، اورکات، فیس بوک، توییتر و... مردم صداقت را جهت پیداکردن دوستان قدیمی، لذت استفاده از علم و... به همراه اعتماد واقعی به دست آوردند. به گفته بیشتر کارشناسان تا قبل از به وجود آمدن شبکه های اجتماعی، موضوع اعتماد و صمیمیت فضای سایبر در سراسر دنیا لمس نشده بود؛ ولی زمانی که شبکه هایی مانند اورکات و فیس بوک پا به عرصه اینترنت گذاشتند، مردم با اعتماد به این پایگاه ها باعث گسترش صمیمیت در بین یکدیگر شدند.

## معایب شبکه اجتماعی




**۱ . شکل گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذب**

**به علت عدم امکان شناسایی هویت واقعی اعضا و نیز عدم امکان کنترل محتوای تولید شده توسط کاربران شبکه های اجتماعی، یکی از مهم ترین پیامدهای منفی این شبکه ها، شکل گیری و ترویج سریع شایعات و اخبار کذبی خواهد بود که**

توسط برخی از اعضای این شبکه ها و با اهداف خاص و غالباً سیاسی منتشر می شود.

## ۲ . تبلیغات ضد دینی و القای شبهات

در شبکه های اجتماعی اینترنتی نیز مانند سایر رسانه ها، افراد و گروه های مغرض با اهداف از پیش تعیین شده و با شیوه های مخصوص، اقدام به تبلیغات ضد دینی و حمله به اعتقادات مذهبی می نمایند.

گاه پس از تحقیق و ریشه یابی درمی یابیم که هدف اصلی گردانندگان برخی از این شبکه ها، دین زدایی و حمله به مقدسات بوده است.

## ۳ . نقض حریم خصوصی افراد

معمولاً شبکه های اجتماعی ابزارها و امکاناتی را در اختیار کاربران خود قرار می دهند تا آنها بتوانند تصاویر و ویدئوهای خویش را در صفحه شخصی خود قرار دهند. همین طور، کاربران می توانند اطلاعات شخصی خود را نیز در این شبکه ها قرار دهند.

در اغلب شبکه های اجتماعی، برای حفظ حریم خصوصی افراد راه کارهایی ارائه شده است؛ برای مثال، دسترسی به تصاویر و اطلاعات را با توجه به درخواست کاربر محدود می نمایند و یا اجازه مشاهده پروفایل کاربر را به هر کسی نمی دهند؛ ولی این راه ها کافی نیستند. مشکلاتی از قبیل ساخت پروفایل های تقلبی در شبکه های اجتماعی و عدم امکان کنترل آنها به دلیل حجم بالای این هرزنامه ها، باعث می شود که افرادی با پروفایل های تقلبی به شبکه های اجتماعی وارد شوند و با ورود به حریم های خصوصی افراد مورد نظر، تصاویر و اطلاعات آنها را به سرقت برده و شروع به پخش تصاویر در اینترنت کنند.

**۴ . انزوا و دور ماندن از محیط های واقعی اجتماع**

جامعه مجازی، هیچ وقت جایگزین جامعه واقعی نخواهد گردید؛ بلکه به عنوان تسهیل کننده تجارب اجتماعی عمل خواهد کرد. تسهیلات ارتباطی به ما امکان می دهد تا در سطح جهانی و از راه دور به شیوه ای جدید با اجتماعاتی که منافع مشترکی داریم، بپیوندیم. در نتیجه، با پیوستن به این «اجتماعات از راه دور» قادر

خواهیم بود تا در دنیای واقعی نیز روابط اجتماعی بهتری با همسایگان، همکاران و سایر شهروندان جامعه واقعی برقرار سازیم.

### ۵ . تأثیرات منفی رفتاری

هر شبکه اجتماعی فرهنگ ارتباطاتی خاص خود را دارد، یعنی منش و گفتار مخصوص و منحصر به فردی را برای خود برگزیده است. البته می توان شبکه هایی را یافت که فرهنگ ارتباطاتی تقلیدی برای خود برگزیده اند. فرد با عضویت در هر شبکه اجتماعی درگیر نوع خاصی از فرهنگ ارتباطاتی می شود که شامل: برخورد، تکیه کلام، اصطلاحات مخصوص، رفتار، تیپ شخصیتی و ظاهری و... است. بدون تردید، میزان تأثیرپذیری فرد از این محیط، صفر مطلق نخواهد بود. پس هر شبکه اجتماعی، هویت مطلوب خود را ترویج می کند.

مثلاً در سایت هایی مثل فیس بوک و فرندفید و توییتر، کاربر در کنار اینکه عضو جامعه بزرگ پایگاه مورد نظر است، در گروه و شبکه های اجتماعی کوچک تری نیز عضو می شود. هر کدام از این گروه ها وابستگی خاص خود را دارند و به تبع،

فرهنگ ارتباطاتی مخصوص. پس فرد در تأثیرپذیری از فرهنگ ارتباطاتی این گروه ها بر خود لازم می بیند که هویت ارتباطاتی خود، یعنی سبک و هویت کنش های کلی خویش در ارتباط با دیگران را تغییر دهد؛ هر چند این تغییر هویت موقت و محدود به زمان و مکان خاصی باشد؛ ولی بدون تردید در هویت واقعی فرد بی تأثیر نخواهد بود و به طور کلی، همه اجزای یک شبکه اجتماعی که فرد با آن در تعامل است، در ضمیر ناخود آگاه فرد تاثیر می گذارد. هویت ارتباطاتی فرد نیز چیزی نیست که به ضمیر ناخودآگاه مرتبط نباشد.



**نتیجه گیری: در کنار همه آثار مثبت شبکه های اجتماعی مجازی، تصور برخی از پیامدهای منفی آنها و چالش هایی که ایجاد نموده اند، امری بدیهی است. آنچه مسلّم است اینکه به جای برخورد سلبی با این پدیده نوین، بررسی و ریشه یابی مشکلات و پیامدهای منفی ناشی از آن و در پیش گرفتن راه های اصلاحی، قطعاً نتایج بهتری را در بر خواهد داشت. در پایان، چند پیشنهاد کلی جهت مصون ماندن کاربران شبکه های اجتماعی از آسیب های احتمالی و بهره برداری از آثار مثبت این شبکه ها ارائه می گردد:**

**۱ .ایجاد و راه اندازی شبکه های اجتماعی سالم و مفید برای مبارزه با شبکه های اجتماعی مخرب؛**

**۲ .آموزش و فرهنگ سازی؛**

**۳ .نظارت کارشناسانه و مستمر بر فضای جوامع مجازی و برنامه ریزی برای آینده.**

**در فضای مجازی دوست خوبی پیدا نمی شود رسالت اجتماعی فیس بوک**



روز یکشنبه، عید پاک، مردی در شهر کلیولند حین کشتن فردی ۷۴ ساله که به‌صورت اتفاقی انتخاب کرده بود از خودش فیلم گرفت و ویدئوِ آن را در فیس‌بوک منتشر کرد. در عرض دو یا سه ساعت، شبکه اجتماعی فیس‌بوک این فیلم هولناک

را پاک کرد، اما تا آن زمان کاربران آن را بر روی وب‌سایت‌های دیگر به اشتراک گذاشته بودند و مردم در سراسر دنیا هنوز می‌توانستند آن را مشاهده کنند.

قطعاً آنچه مارک زاکربرگ در سر داشت، حادثه‌هایی از این دست نبودند. بنیانگذار فیس‌بوک، در سال ۲۰۱۲، زمانی که کمپانی او برای جهانی‌شدن آماده می‌شد، نامه‌ای پرشور به سهام‌داران آینده نوشت و در آن توضیح داد که کمپانی او چیزی بیش از یک کسب و کار است. این کمپانی «رسالتی اجتماعی» برعهده دارد تا جهان را از راه ابراز عقیده و گفت‌وگو به جای بهتری بدل کند. این کارآفرین جوان نوشت: «ارتباط بیشتر مردم با یکدیگر فرهنگ بازتری را بوجود می‌آورد و منجر به درکی بهتر از زندگی و دیدگاه‌های دیگران می‌گردد.»

## یک اجتماع جهانی برای همه

اوایل آن سال زاکربرگ نامهٔ سرگشادهٔ دیگری نوشت و در آن به اهدافی به‌مراتب بزرگ‌تر اشاره کرد. وی اعلام کرد که فیس‌بوک رسالتش را از «ارتباط بین دوستان و خانواده» به ساختن «یک اجتماع جهانی برای همه» گسترش داده است. هدف

نهایی تبدیل این شبکه اجتماعیِ وسیع به نوعی دولت فراملیتی است که « تمام فرهنگ‌ها، ملیت‌ها و مناطق» را شامل می‌شود.

اما قتل کلیولند و حوادث مشابهی که به‌دنبال آن رخ داد، پوچیِ وعده‌های سیلیکون‌ولی را آشکار ساخت، وعده‌هایی که می‌گفت شبکه‌های دیجیتال ما را در جهانی دوستانه‌تر به هم نزدیک خواهد ساخت.

## غرب و ارتباطات اجتماعی

زاکربرگ، چه بداند چه نه، بخشی از سنت دیرپای تفکر غربی است. حتی در زمان بنانهادن سیستم تلگراف در قرن نوزدهم نیز مردم بر این باور بودند که پیشرفت در تکنولوژیِ ارتباطات سازگاری اجتماعی را ارتقا می‌بخشد. هرچه بیشتر دربارهٔ یکدیگر بدانیم، زودتر به این شبکه‌های بزرگ قرن بیستم -رادیو، تلفن، تلویزیون- این تصور را تقویت نمودند. آن‌ها با گستردن مرزها و پاک‌کردن فاصله‌ها این سیاره را کوچک کردند.

گولیلمو مارکونی در سال ۱۹۱۲ گفت اختراع رادیو «جنگ را غیرممکن خواهد ساخت، چراکه رادیو جنگ را بی‌معنی خواهد کرد». جان کارتی مهندسِ رده‌بالای شرکتِ اِی.تی.اند.تی در مصاحبه‌ای در سال ۱۹۲۳ پیش‌بینی کرد که سیستم تلفن «تمام مردم کرهٔ زمین را در فضایی برادرانه به هم متصل خواهد کرد». مارشال مک‌لوهان نظریه‌پرداز رسانه، در کتابش با عنوان کهکشان گوتنبرگ۱ که در سال ۱۹۶۲ منتشر شد، برای توصیف «وابستگی متقابل و جدید جهان الکترونیک» از اصطلاح به‌یادماندنی «دهکدهٔ جهانی» استفاده کرد. بیشتر مردم این عبارت را به‌منزلهٔ پیشگویی ظهور نوعی پیشرفت اجتماعی اجتناب‌ناپذیر به فال نیک گرفتند. به هر حال چه چیزی می‌توانست زیباتر از یک دهکده باشد؟

## واقعیت ارتباطات

اگر فرضیهٔ ما مبنی بر اینکه ارتباطاتْ مردم را به یکدیگر نزدیک می‌کند حقیقت داشت، امروز باید شاهد غلبهٔ صلح و عشق و درک متقابل در کل سیاره می‌بودیم. به لطف اینترنت و شبکهٔ تلفن همراه اکنون انسان‌ها بیشتر از همیشه با هم در

ارتباط هستند. از ۷ میلیارد جمعیت جهان، ۶ میلیارد نفر تلفن همراه دارند، یعنی یک میلیارد و پانصد میلیون نفر بیشتر از کسانی که، براساس گزارش‌های سازمان ملل، به دستشوییِ قابل‌استفاده دسترسی دارند. نزدیک به ۲ میلیارد نفر در فیس‌بوک عضو هستند، بیش از یک میلیارد نفر از یوتیوب ویدئو دانلود کرده یا در آن ویدئو به اشتراک می‌گذارند، و چندین میلیارد دیگر از طریق اپلیکیشن‌هایی نظیر واتس‌اپ و وی‌چت با یکدیگر صحبت می‌کنند. هر انسانی با یک گوشی هوشمند در دست به قطبی رسانه‌ای بدل شده است که بی‌وقفه اطلاعات را دریافت و ارسال می‌کند.

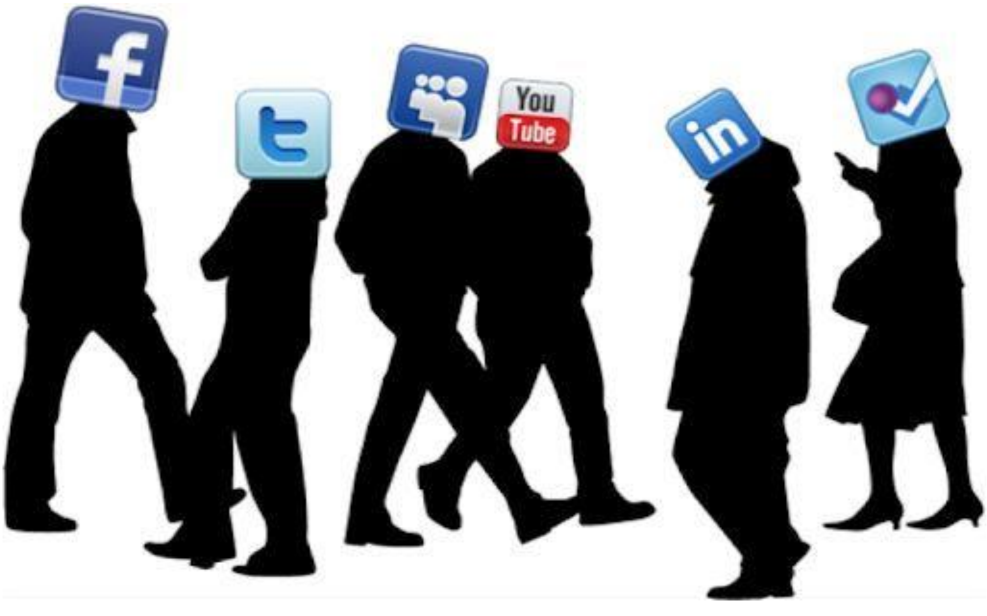
اما ما در زمانه‌ای عبوس زندگی می‌کنیم که نه با سازگاری و هماهنگی بلکه با تضاد و تعارض تعریف شده است. بیگانه‌هراسی افزایش پیدا کرده است. شکاف‌های سیاسی و اجتماعی درحال عمیق‌تر شدن هستند. از کاخ سفید گرفته تا سطوح پایین، لحن خصمانه و توهینْ مشخصهٔ تمام گفتمان‌های عمومی است. احتمالاً نباید متعجب شویم.

## دوری و دوستی

اکنون چند سالی است که تحقیقات روان‌شناختی و جامعه‌شناختی این تفکر که ارتباط تفاوت‌ها را محو می‌کند را مورد تردید قرار داده‌اند. این تحقیقات عکسِ این قضیه را درست می‌داند: جریان آزاد اطلاعات، تفاوت‌های فردی و فرهنگی را برجسته‌تر می‌سازد، و به‌جای نزدیک‌کردن مردم به یکدیگر، آن‌ها را برعلیه هم تحریک می‌کند. «دوری و دوستی» یکی از غم‌انگیزترین ضرب‌المثل‌هاست. اما براساس شواهد یکی از درست‌ترین‌ها نیز هست.

در مجموعه گزارش‌هایی که در ژورنال آو پرسونالیتی اند سوشیال سایکولوژی۳ در سال ۲۰۰۷ منتشر شد، مایکل نورتون و دو تن از همکارانش متوجه شدند که برخلاف تصورات ما، هرچه بیشتر کسی را بشناسیم، تمایلمان به تحقیر او بیشتر می‌شود. این محققان می‌نویسند: «اگرچه مردم معتقدند دانستن به دوست‌داشتن منجر می‌شود، بیشتر دانستن به معنای کمتر دوست‌داشتن است». بدتر اینکه آن‌ها شواهدی یافتند که نشان‌دهندهٔ غلبهٔ تفاوت‌ها بود. همزمان که دربارهٔ

دیگران اطلاعات بیشتری دستگیرمان می‌شود، به تفاوت‌هایی که با ما دارند اهمیت بیشتری می‌دهیم تا شباهت‌هایشان، و زمانی که حجم اطلاعات بر روی هم انباشته شود، این گرایش به تأکید بر تفاوت‌ها (در مقایسه با شباهت‌ها) شدت می‌یابد. به‌طور معمول، وقتی دربارۀ غریبه‌ها کمتر بدانیم آن‌ها را بیشتر دوست خواهیم داشت .



## در فضای مجازی دوست خوبی پیدا نمی شود



### فساد محیطی

**تحقیقی که پیش از این در سال ۱۹۷۶ به چاپ رسید، الگوی مشابهی را در اجتماعات آشکار ساخت. سه استادِ دانشگاه کالیفرنیا در شهر سن دیگو گسترشِ [محدودهٔ] مالکیتِ مشاع در جایی نزدیک لس‌آنجلس را مطالعه کردند و نمودار**

روابط میان همسایگان را ترسیم نمودند. آن‌ها متوجه شدند که احتمال دوست‌شدن مردم زمانی که نزدیک به هم زندگی می‌کنند بالاست، اما احتمال دشمنی بین آن‌ها حتی بالاتر خواهد بود. دانشمندان منشأ این پدیده را «فساد محیطی» می‌نامند. هرچه به دیگران نزدیک‌تر می‌شویم، نادیده‌گرفتن عادت‌های آزاردهندهٔ آن‌ها سخت‌تر می‌شود. همجواری و نزدیک‌بودن تفاوت‌ها را برجسته می‌سازد. این حالت در فضای مجازی که در آن همه در کار هم سرک می‌کشند تشدید می‌شود. شبکه‌های اجتماعی مانند فیس‌بوک و اپلیکیشن‌های مخصوص گفت‌وگو مانند اسنپ‌چت به خودافشایی مداوم میدان می‌دهند. ازآنجاکه وضعیت کاربر به‌لحاظ کمی و از نظر تعداد فالوور، دوستان و لایک‌ها به‌صورت آنلاین ارزیابی می‌شود، مردم به پخش جزییات بی‌پایان در مورد زندگی و افکارشان از طریق پیامک‌ها و عکس‌ها تشویق می‌شوند. ساکت‌ماندن، حتی برای مدتی اندک، به معنای ناپدیدشدن است. نتیجهٔ مطالعه‌ای دیگر نشان می‌دهد

مردم زمانی که از طریق کامپیوتر گفت‌وگو می‌کنند چهار برابر بیشتر از زمانی که رودررو حرف می‌زنند اطلاعات خودشان را با دیگران به اشترک می‌گذارند.

## نفرت در سایه شناخت

گروهی از دانشمندان انگلیسی در مقاله‌ای که در سال ۲۰۱۱ به چاپ رسید نوشتند که قرارگرفتن در معرض سیل اطلاعات شخصی می‌تواند حسی غیرقابل‌تحمّل از «ازدحام دیجیتال» بوجود آورد و این موضوع به نوبهٔ خود می‌تواند موجب بروز استرس، اضطراب و واکنش‌های جامعه‌ستیزانه شود. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که «با ظهور رسانه‌های اجتماعی شناخت بیشتر ما از دیگران اجتناب‌ناپذیر و به همین دلیل احتمال نفرت از یکدیگر نیز حتمی خواهد بود.

اگر رسانهٔ اجتماعی مردم‌گریزی را در ما تقویت می‌کند، پس قابلیت این را دارد که امیال تاریک‌تر وجود ما را نیز رها سازد. در سال ۲۰۱۴ سه روان‌شناس کانادایی در مقاله‌ای در پرسونالیتی اند ایندیویژوال دیفرنس۵ نوشتند که در بحث و تبادل نظرهای آنلاین، افرادی که تمایلات دیگرآزارانه دارند گرایش بیشتری به قرارگرفتن

در صف نظردهندگان فعال دارند. این مطالعه نشان داد که ترول‌ها نیز مانند دیگر افرادِ دیگرآزار، با تدارک‌دیدن لذت برانگیخته می‌شوند؛ آن‌ها از تحمیل آزار روانی به دیگران لذت می‌برند.

اگرچه هنوز مشخص نیست که اینترنت خود عامل قساوت و بی‌رحمی است یا تنها به آن دامن می‌زند، این یافته‌ها «بر انبوه شواهدِ دال بر استفادهٔ بیش‌ازحدِ افرادِ جامعه‌گریز از تکنولوژی می‌افزاید». این پژوهشگران می‌افزایند «افرادِ دیگرآزار فقط می‌خواهند خوش بگذرانند و اینترنت تفریح‌گاه آن‌هاست!»

## دهکده ی جهانی

مارشال مک‌لوهان، علی‌رغم بیان گهگاه آرمان‌گرایانه‌اش، خود نیز پندارهایی دربارهٔ زندگی در دهکدهٔ جهانی در سر دارد. او دهکده را ذاتاً قبیله‌ای و شاخصة اصلی آن را بی‌اعتمادی و اختلافی می‌داند که مستعدِ وحشیگری و خشونت است. او در مصاحبه‌ای تلویزیونی در سال ۱۹۷۷ گفت: «زمانی که افراد به یکدیگر نزدیک

می‌شوند، نسبت‌به هم بیشتر و بیشتر وحشی و ناشکیبا می‌شوند». «دهکدۀ جهانی مکانی است با روابط دشوار و موقعیت‌هایی زمخت و خشن». این توصیف بسیار خوبی از وضعیت کنونی ماست.

در نامۀ ماه فوریۀ خود می‌گوید، اشتیاق به اینکه تکنولوژیِ ارتباطات را درمانی برای بیماری‌های اجتماعی بدانیم همچنان به قوت خود باقی است. علی‌رغم دردسرهای اخیر فیس‌بوک در کنترل سخنان نفرت‌آمیز، پروپاگاندا و اخبار جعلی، به نظر می‌رسد زاکربرگ مطمئن‌تر از همیشه معتقد است که می‌توان از نرم‌افزار یک «جامعۀ جهانی» ساخت. سنگ بنایِ پروژۀ جدید او «زیرساخت اجتماعیِ کامپیوترمحوری است که از فرایند هوش مصنوعی برای به جریان انداختن اطلاعات به‌شکلی که همه راضی و خشنود باشند استفاده خواهد کرد. این سیستم شیوۀ ابراز عقاید شخصی در جهان را ارتقا بخشیده و همزمان از افراد در برابر محتویات زشت و زننده» محافظت می‌کند.



فضای مجازی _ ناصرکاوه

## توهم تکنولوژی و سعادت

مشکل این بزرگ‌نماییِ نابجا فراتر از انکار طبیعت بشری است. و این ایدهٔ رایج و قدیمی فرهنگ آمریکایی را تقویت می‌کند که رسیدن به پیشرفت تکنولوژیک برای اطمینان‌یافتن از پیشرفت اجتماعی کافی است. اگر مهندسی را به‌درستی درک کنیم، به سعادت خواهیم رسید. این تفکر هرچند دلپذیر است، توهمی بیش نیست. پیشرفت به‌سوی جهانی مسالمت‌آمیزتر نیازمند معیارهای انضمامی، دقیق و درکل انسانی است نه جادوی تکنولوژی، مثل معیارهایی نظیر مذاکره و مصالحه، تأکید دوباره بر آموزش‌های شهروندی و گفت‌وگوی منطقی و درنهایت شهروندی که قابلیت درک دیدگاه‌های مخالف را دارد. از لحاظ شخصی ممکن است، بیشتر از ابراز عقاید، نیازمند خودآزمایی باشیم.تکنولوژی یک تقویت‌کننده است که خصلت‌های خوب ما را پررنگ و خصلت‌های بد ما را بدتر می‌کند. آنچه تکنولوژی انجام نمی‌دهد تبدیل‌کردن ما به آدم‌هایی بهتر است. این وظیفه‌ای است که نمی‌توانیم به ماشین محول کنیم .

## تعریف خودآگاهی

خودآگاهی (consciousness)عبارت است از توانایی شناخت و درک نیازها، امیال، نقاط قوت و نقاط ضعف، عادات و هر جنبه‌ی دیگری که به طرز رفتار یک فرد شکل می دهد. خودآگاهی یکی از مهم‌ترین بحث‌های فلسفه ذهن و روانشناسی است. در واقع خودآگاهی دانش و ادراکی است که فرد از خود دارد. به عبارت دیگر، آگاهی از خود شامل شناخت ما از خودمان است و افزایش آن به معنای آن است که فرد تصویری روشن از ویژگی‌ها، ارزش‌ها، نگرش‌ها، علایق و نیازهایش داشته باشد.

## مرگ آگاهی

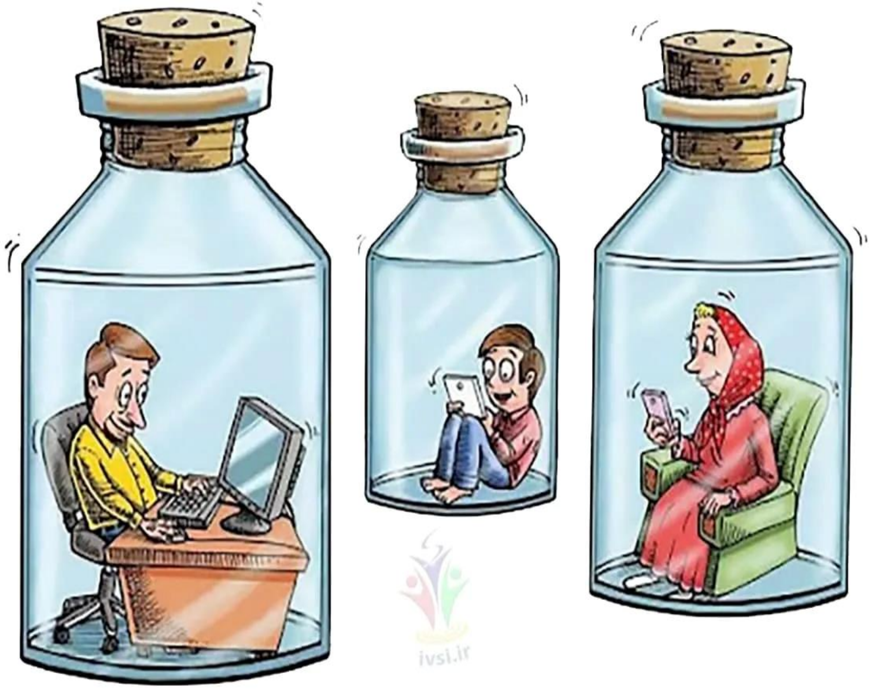
یکی از معضلات شبکه های اجتماعی، از دست رفتن ذهن و آگاهی و حتی نوعی گم گشتی در مبدا فکری انسان نسبت به خود است. در این شبکه ها آگاهی انسان نسبت به خود، بسیار بیشتر از سایر فضاها آسیب پذیر است؛ این در حالی است که در شبکه های اجتماعی، همواره به انسان القا می شود که آگاهی اش

نسبت به رفتار و اعمال و حتی نگرش خودش مدام در حال افزایش است. بنابراین اگر بگوییم در شبکه های اجتماعی با پدیده ای به نام «مرگ آگاهی» رو به رو هستیم، گزاف نگفته ایم. در شبکه های اجتماعی انواع آگاهی از خود دچار تحول می شود و به عبارتی در حال شدن به خودهای دیگری هستند که ما به آن ها دسترسی نداریم.



## انواع خودآگاهی

خودآگاهی، که به معنای دانش و ادراکی است که هرکس از خود دارد، به انواعی تقسیم می شود:



۱ . خود فیزیکی: هرکسی از جسم خود برداشتی دارد؛ تصویری را که فرد از وضعیت فیزیکی و جسمی خود دارد، «خود فیزیکی» می گویند. به عبارت دیگر، آیا از ویژگی های ظاهری خود را راضی هستیم یا نسبت به آن احساس خوبی نداریم؟ در شبکه های اجتماعی مدام در حال تعاریف متعدد از ظواهر فیزیکی خود هستیم؛ تغییر پی در پی پروفایل ها و انتخاب عکس هایی که حالت گم گشتگی در افراد را نشان می دهد از جمله این تعاریف محسوب می شود. از سوی دیگر انجام عمل های متعدد بینی نشان از آن دارد که بسیاری از این افراد از خود جسمی رضایت ندارند و با عمل های جراحی در حال بهبود آن هستند.

۲ . خود جنسیتی: تصور یا برداشتی است که هر کس از هویت و تمایلات خود دارد. به عبارت دیگر مخاطب زن است یا مرد، آیا او از زن یا مرد بودن خود احساس رضایت دارد یا خیر؟ در شبکه های اجتماعی افراد خود را به گونه های مختلفی تعریف می کنند و در کانال ها و صفحه های مختلف رفتارهای جنسیتی متعددی دارند که نشان می دهد در این بخش نیز خودآگاهی ندارند.

**۳ . خود اجتماعی:** به تصوری که فرد از جایگاه اجتماعی خود دارد، خود اجتماعی گفته می شود. در شبکه های اجتماعی این نمود به وفور دیده شده است که لایک ها، فالورها، اعضا و حتی کلیک ها در حال تعریف از یک خود اجتماعی مجازی هستند که از خود واقعی بزرگ تر و اثر گذارتر است.



۴ . خود معنوی: باورها و اعتقادات ما به دنیای پس از مرگ، توحید، نبوت، عدل و امامت و حتی سنت ها قسمت معنوی ذهن ما را تشکیل می دهند؛ در شبکه های اجتماعی با توجه به گرایش افراد به شبکه های مخالف و موافق، این بعد در حال تقویت یا تضعیف اسست

۵ . خود تاریک: جنبه خاصی از خود است که دربرگیرنده اسرار ماست و چون دوست نداریم فاش شود، معمولا انرژی زیادی برای مخفی نگه داشتن آن صرف می کنیم. در شبکه های اجتماعی با رفتارهایی که از خود بروز می دهیم کم کم این خود تاریک برای دیگران هم آشکار می شود و یک نتیجه گیری از شخصیت ما برای دیگران اتفاق می افتد.

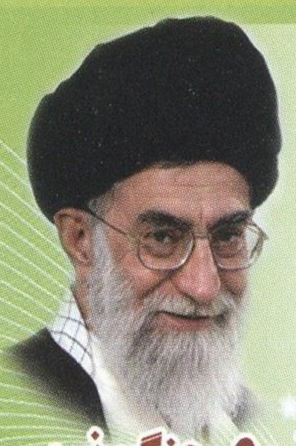
۶ . خود آرمانی: این جنبه از خود، برخی از آرزوها و خواسته های ما یا برنامه ریزی ما برای آینده را در برمی گیرد؛ در واقع بخشی از ماست که می خواهیم به آن برسیم. برای نمونه دائم در این فکر هستیم که چگونه به نظر می آییم؟ با نگاه

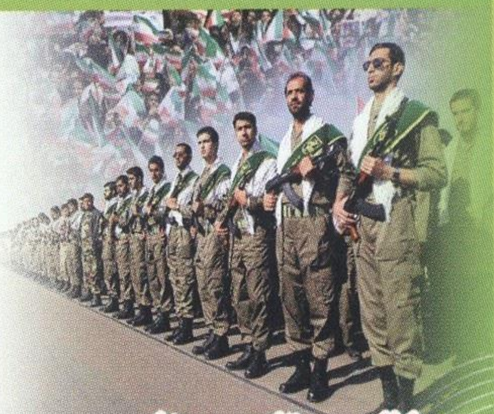
به زندگی دیگران خودمان را با آن ها مقایسه می کنیم، سپس در ذهنمان تصویری از خود می سازیم که دوست داریم آن باشیم.

۷ . خود واقعی: درونی ترین بخش وجود ما خود واقعی است که آن را به خوبی می شناسیم، ولی افراد محدودی از آن آگاه هستند. ممکن است از دیگران پنهان کنیم، چون نگرانیم از اینکه اگر دیگران خود واقعی ما را بشناسند، علاقه شان را نسبت به ما از دست بدهند.

۸ .خود تصوری: خود تصوری آن چیزی است که ما تصور می کنیم هستیم، اما در حقیقت نیستیم. برخی اوقات تصور می کنیم آدم محبوب و مهربانی هستیم، در حالی که در عالم واقعیت اینگونه نیست.

در شبکه های اجتماعی خود تصوری به صورت دامنه داری در حال رشد است و هر فردی احساس می کند به یک شخصیت جهانی محبوب تبدیل شده است.





# بیانات مقام معظم رهبری در خصوص موضوع جنگ نرم

امروز جمهوری اسلامی و نظام اسلامی با یک جنگ عظیمی مواجه است، لیکن جنگ نرم - که دیدم همینِ تعبیرِ «جنگ نرم» توی صحبتهای شما جوانها هست و الحمدللّه به این نکات توجه دارید؛ این خیلی برای ما مایه‌ی خوشحالی است - خوب، حالا در جنگ نرم، چه کسانی باید میدان بیایند؟ قدر مسلّم نخبگان فکری‌اند. یعنی شما افسران جوانِ جبهه‌ی مقابله‌ی با جنگ نرمید.

از فرمایشات رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار با دانشجویان ونخبگان علمی (۱۳۸۸/۶/۴)

# شبکه‌های اجتماعی



درست از زمانی که موبایل‌های هوشمند تبدیل به یک ابزار کلیدی در زندگی شدند، شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌ها هم با تکنولوژی همراه شده، زندگی اجتماعی ما را متحول نموده و وارد مسیر جدیدی از مدرنیته کردند. این پیام‌رسان‌ها، نوع

خاصی از روابط اجتماعی را برای ما به ارمغان آورده و ما را با دوستانی آشنا کرده‌اند که شاید در زندگی‌مان هرگز از نزدیک آن‌ها را ندیده باشیم، ولی هرروز با آن‌ها در ارتباط هستیم، فعالیت‌ها و سبک زندگی‌شان را دنبال کرده، از آن‌ها چیزهای جدید یاد گرفته و گاهی حتی با آن‌ها درد دل هم می‌کنیم. درواقع می‌توانیم بگوییم که این پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی بودند که تفکر دهکده جهانی را به واقعیت نزدیک‌تر کرده و به آن جامه عمل پوشاندند.

عکس‌ها، نوشته‌ها و ویدئوهایی که از یک منطقه دورافتاده از جهان در شبکه‌های اجتماعی پست می‌شوند، تنها جنبه سرگرمی و خبر ندارند بلکه می‌توانند از رنج‌ها، دردها، شادی‌ها، حوادث ناگوار و یا عواطف عمیق انسانی و... حکایت کنند. مردم دنیا می‌توانند در کسری از ثانیه از این عکس‌ها، نوشته‌ها و ویدئوها مطلع می‌شوند، این اطلاعات را برای همدیگر ارسال می‌کنند، نظرات خودشان را در موردشان به اشتراک می‌گذارند و حتی در قبال آن واکنش عاطفی و انسانی نشان

دهند. با این تفاسیر می‌توان گفت که بی‌تردید بدون دخالت شبکه‌های اجتماعی این مقدار از نزدیکی آدم‌های سرتاسر کره خاکی به یکدیگر، باورکردنی نبود.

هرکدام از شبکه‌های اجتماعی بر اساس رسالتی که برای خودشان تعریف کردند، از یک سبک و استایل مخصوص به خود برخوردارند. مثلاً توئیتر درزمینه ارسال محتوای متنی و خبری فعال است و اینستاگرام بر اساس محتوای بصری پایه‌گذاری شده است، پینترست (Pinterest) در حیطه اشتراک‌گذاری عکس‌ها و تصاویر فعالیت می‌کند و تلگرام امکان ارسال متن، تصویر و خبر را در محیط خصوصی‌تری نسبت به دیگر شبکه‌های اجتماعی برای کاربران فراهم نموده است.

علاوه بر فعالیت‌های اجتماعی، بسیاری از این شبکه‌ها، بستری برای تبلیغات و گسترش کسب‌وکارها محسوب می‌شوند و حتی شیوه‌های جدیدی از کسب‌وکار را در دنیا به وجود آورده‌اند. اگر با دید اقتصادی به شبکه‌های اجتماعی بنگریم، می‌توانیم به این نتیجه برسیم که وجود یک سری شبکه‌های اجتماعی بومی تا

چه اندازه می‌تواند در رونق برخی کسب‌وکارهای محلی و منطقه‌ای نقش مهمی داشته باشد.

علاوه بر اهمیت اقتصادی، مباحث امنیتی و فرهنگی نیز در ظهور پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی بومی مطرح است. فعالیت در شبکه‌های اجتماعی که پاسخگوی نیازهای فرهنگی مردم یک کشور باشد و همچنین جلوگیری از دسترسی سرویس‌های بیگانه به اطلاعات مردم یک کشور، از مهم‌ترین دلایلی است که باعث شده برنامه‌نویسان کامپیوتر در کشورهای مختلف بر روی بومی‌سازی شبکه‌های اجتماعی کار کنند و بر این اساس، یک سری شبکه‌های اجتماعی خاص را برای یک منطقه جغرافیایی مشخص، تولید و عرضه نمایند. ایران هم از سایر کشورها مستثنا نیست. چه‌بسا باوجود جامعه سنتی و خانواده محوری که در ایران وجود دارد و یک سری کسب‌وکارهای محلی، وجود شبکه‌های اجتماعی بومی ضروری‌تر به نظر برسد.

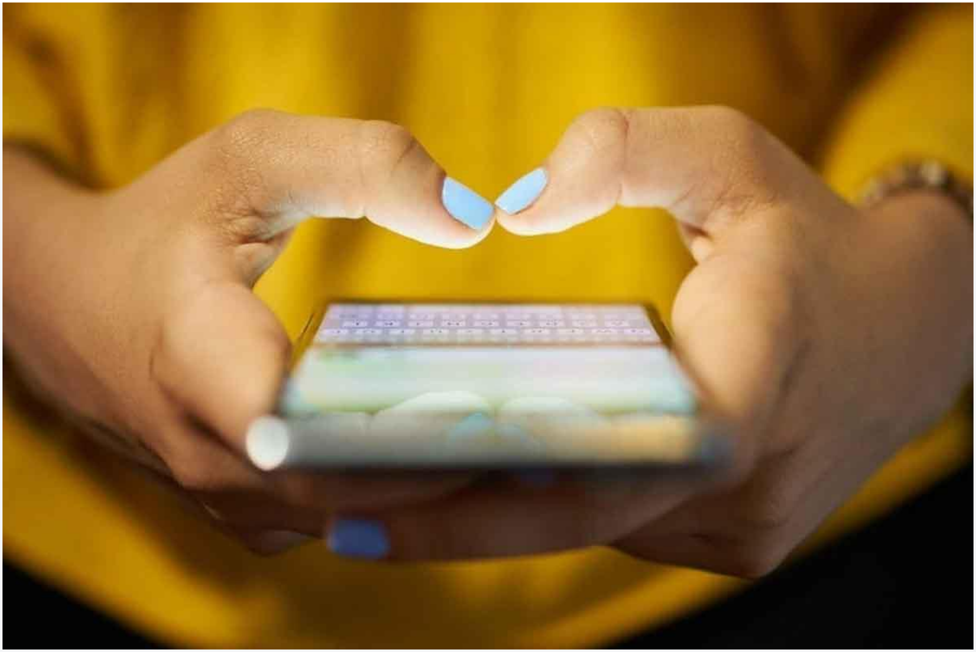


# از فضای مجازی استفاده درست کنید

یک کسانی نشسته‌اند، فکر کرده‌اند، یک راهی باز کرده‌اند به عنوان این فضای مجازی و به قول خودشان سایبری؛ خیلی خب،از این استفاده کنید، منتها استفاده ی درست بکنید؛ دیگران دارند استفاده ی درست میکنند؛ بعضی از کشورها طبق فرهنگ خودشان این دستگاه‌ها را قبضه کرده‌اند. ما چرا نمی کنیم؟ چرا حواسمان نیست؟ چرا رها می کنیم این فضای غیرقابل کنترل و غیرمنضبط را؟

۱۳۹۵/۲/۱۳

# لیست مهمترین شبکه های اجتماعی دنیا

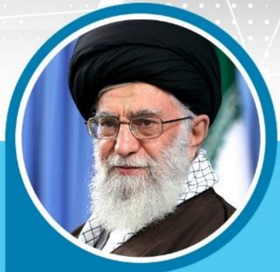


طبع انسانی به‌طور پیش‌فرض به لحاظ اجتماعی فعال است. برخی از افراد فعال‌ترند، درحالی‌که برخی دیگر از فعالیت کمتری برخوردارند !بااین‌حال، افراد همیشه به دنبال راه‌هایی هستند تا بتوانند با یکدیگر ارتباط برقرار کنند. در عصر

دیجیتال، افراد راه‌هایی را پیدا کرده‌اند که به لحاظ اجتماعی در اینترنت فعال باشند که این امکان با ظهور تعداد بی‌شمار انواع پلتفرم شبکه های اجتماعی فراهم شده است. اکنون، روابط حتی در شبکه های اجتماعی آغاز می‌شوند، گسترش می‌یابند و خاتمه پیدا می‌کنند. دیگر نیازی نیست که افراد با هم رو در رو ملاقات کنند یا دست بدهند. تعداد سایت رسانه‌های اجتماعی به سرعت افزایش یافته است. با توجه به آمار نشان داده شده، تقریباً دو میلیون کاربر در سال ۲۰۱۵ از برنامه‌ها و سایت‌های شبکه اجتماعی استفاده کرده‌اند. این میزان در سال ۲۰۱۸ از ۲.۶ میلیارد نیز فراتر رفته است. در این کتاب در مورد تعدادی از معروف‌ترین سایت‌های شبکه اجتماعی که امروزه در جهان مورد جستجو و کاوش قرار می‌گیرند بحث می‌کنیم. می‌توانید مشاهده کنید که پلتفرم رسانه‌های اجتماعی موردعلاقه شما بخشی از این فهرست است یا خیر؟



رایانه و فضای مجازی که الان در اختیار شماست اگر بتوانید اینها را یاد بگیرید ، **می توانید یک حرف درست خودتان را به هزاران مستمعی که شما آنها را نمی شناسید برسانید** . این فرصت فوق العاده ای است مبادا این فرصت ضایع شود. اگر ضایع شد ، خدای متعال از من و شما در روز قیامت سوال خواهدکرد.



**رهبرمعظم انقلاب**

حضرت آیت اللّه خامنه ای

# در مورد شبکه های اجتماعی معروف بیشتر بدانید

## ۱ .فیس‌بوک(Facebook)

**فیس بوک : یک سرویس شبکه اجتماعی آنلاین است که در ۴ فوریه سال ۲۰۰۴ میلادی توسط مارک زاکربرگ و دوستانش ادواردو ساورین، اندرو مک‌کالم، داستین موسکوویتز و کریس هیوز در دانشگاه هاروارد به وجود آمد. در ابتدا نام‌نویسی در این وبگاه تنها به دانشجویان دانشگاه هاروارد محدود بود. اما با گذشت زمان درِ آن برای دانشگاه‌های شهرهای بوستون، آیوی لیگ و دانشگاه استنفورد نیز گشوده‌شد. پس از افزوده‌شدن دانشگاه‌های مختلف و دبیرستان‌ها به لیست مجاز عضویت در فیس‌بوک، عضویت در آن به تدریج در دسترس تمامی افراد بالای ۱۳ سال در سرتاسر دنیا قرار گرفت. کاربران**

برای بهره‌گیری کامل از فیس‌بوک باید در آن نام‌نویسی کنند. پس از نام‌نویسی، امکان ایجاد نمایه شخصی، افزودن دیگر کاربران به فهرست دوستان، فرستادن و دریافت پیام و دریافت آگاه‌سازی از تغییرات دوستان خود فراهم می‌شود. علاوه بر این موارد، پیوستن به گروه‌های مورد علاقه، یافتن هم‌کاران، هم‌کلاسی‌ها، پسندیدن پست‌ها، بیان دیدگاه و دسته‌بندی دوستان از امکانات دیگر این سیستم است. در ماه سپتامبر سال ۲۰۱۲ میلادی تعداد اعضای این وبگاه از مرز ۱ میلیارد نفر گذشت. که به گفته خود فیس‌بوک ۸/۷٪ آن‌ها کاربران جعلی هستند. وبگاه فیس‌بوک سالیانه ۱۸۰ پتابایت (معادل نیم پتابایت در روز) اطلاعات در سرورهای خود ذخیره می‌کند. این وبگاه به ۱۴۰ زبان دنیا قابل دسترس بوده و ۷۰ درصد از کاربران آن در خارج از ایالات متحده هستند.

فیس بوک بزرگ‌ترین پلتفرم رسانه‌های اجتماعی آنلاین است و از زمان شروع ساده‌ی آن در یک اتاق خوابگاه در دانشگاه هاروارد، علاوه بر زمان حضور کاربران در این پلتفرم، تعداد کاربران فعال روزانه آن نیز، به‌صورت سالانه افزایش یافته است. شمار کاربران کنونی فیس بوک طبق آخرین آمار (۳۱ مارس ۲۰۲۱) ۲/۸۵ میلیارد نفر کاربر فعال در سطح دنیا می باشد.

## چشم‌اندازی کلی از آمار تعداد کاربران فیسبوک

تعداد کاربران فعال روزانه در فیسبوک :(DAU) در حال حاضر، ۱.۹ میلیارد نفر به‌صورت روزانه به پلتفرم اجتماعی فیسبوک دسترسی دارند. این آمار رشد ۶.۸۹ درصدی را در مقایسه با سال گذشته نشان می‌دهد.

تعداد کاربران فعال ماهانه در فیسبوک :(MAU) در ماه، ۲.۹ میلیارد نفر به پلتفرم فیسبوک دسترسی دارند که نسبت به سال گذشته، ۷.۱۸ درصد رشد داشته است.

فیسبوک گزارش کرده است که تنها در سه‌ماهه‌ی دوم سال ۲۰۲۱ میلادی، ۱.۷ میلیارد حساب جعلی را حذف کرده است.

کشور هند با بیش از ۲۶۰ میلیون کاربر، بیش‌ترین تعداد کاربران فیسبوک را به خود اختصاص می‌دهد. پس از آن، ایالات متحده (۱۸۰ میلیون)، اندونزی (۱۳۰ میلیون)، برزیل (۱۲۰ میلیون)، و مکزیک (۸۴ میلیون) در رده‌های بعدی کشورهایی با بالاترین تعداد کاربران فیسبوک قرار می‌گیرند.

فیسبوک با تعداد ۲.۸۵ میلیارد کاربر فعال در طول ماه، بزرگ‌ترین رسانه‌ی اجتماعی به حساب می‌آید. در حالی که تعداد کاربران شبکه‌های اجتماعی یوتیوب (۲.۳ میلیون)، واتساپ، فیسبوک مسنجر، وی‌چت (WeChat) و اینستاگرام در مجموع به یک میلیارد نفر می‌رسد.

بیش‌ترین زمان ترافیک در پلتفرم فیسبوک به ساعات ۹ صبح و ۱ بعد از ظهر در روز چهارشنبه‌ی هر هفته تعلق دارد. پست‌گذاشتن طی این ساعات در روزهای چهارشنبه‌ی هر هفته، احتمالاً با بالاترین میزان بازخورد مواجه خواهد شد.

حدود ۶۰.۴ درصد از کاربران فعال اینترنت در سرتاسر جهان به‌صورت ماهیانه به فیسبوک دسترسی دارند. ۷۳.۱۳ درصد آن‌ها نیز به شبکه‌های اجتماعی زیر مجموعه‌ی فیسبوک، از جمله اینستاگرام و واتساپ به‌صورت ماهانه دسترسی دارند.

تعداد کاربران فعال روزانه در شبکه‌های اجتماعی زیرمجموعه‌ی فیسبوک :DAP در حال حاضر، ۲.۷۶ میلیارد نفر به‌صورت روزانه به سرویس‌های دیگر متعلق به فیسبوک دسترسی دارند. این آمار نسبت به سال گذشته حدود ۱۱.۷ افزایش داشته است.

**تعداد کاربران فعال ماهانه در شبکه‌های اجتماعی زیرمجموعه‌ی فیسبوک: MAPدر حال حاضر ۳.۵۱ میلیارد نفر در ماه به پلتفرم‌های متعلق به فیسبوک دسترسی دارند که این آمار در مقایسه با سال گذشته، ۱۱.۷۸ درصد رشد داشته است.**



## تعداد کارمندان فیسبوک

**طبق آخرین گزارش‌ها، تعداد کارمندان تمام وقت این شبکه اجتماعی ۶۳۴۰۴ نفر است که نسبت به اواسط سال ۲۰۱۹ میلادی ۱۰ هزار و ۸۷۰ نفر افزایش یافته است. در ضمن درآمد فیسبوک۷۰,۶۹۷ میلیارد دلار آمریکا در سال۲۰۱۹ بوده است که سود ناخالص آن۲۳,۹۸۶ میلیارد دلار آمریکا بوده است.**

## انتقادها به فیس‌بوک

نتایج یک مطالعه در انگلستان نشان داده که در حدود یک‌پنجم تا یک‌سوم طلاق‌های این کشور، به فیس‌بوک در دادخواست طلاق اشاره شده و موجب نارضایتی یکی از طرفین را فراهم آورده‌است. جولین آسانژ مؤسس و مدیر وبگاه

ویکی‌لیکس می‌گوید: فیس‌بوک تنفر آمیزترین ابزار جاسوسی است که تاکنون ایجاد شده‌است. هر کس که نام و مشخصات دوستان خود را به شبکه اجتماعی فیس‌بوک اضافه می‌کند باید بداند که به شکل رایگان در خدمت دستگاه‌های اطلاعاتی آمریکاست و این گنجینه اطلاعاتی را برای آن‌ها تکمیل می‌کند.

به گفته وی فیس‌بوک یک گنجینه اطلاعاتی بسیار بزرگ از نام و پیشینه افراد است که کاربران آن را به شکل داوطلبانه در اختیار این شبکه اجتماعی قرار می‌دهند ولی این ابزار توسط دستگاه‌های امنیتی و اطلاعاتی آمریکا مورد بهره‌برداری قرار می‌گیرد. دسترسی این دستگاه‌های اطلاعاتی به اطلاعات ذخیره شده در فیس‌بوک آن را به یک ابزار خطرناک بدل کرده‌است.

## گردآوری و ذخیره‌سازی نانوشته‌ها

فیس‌بوک در مقاله‌ای در دسامبر ۲۰۱۳ اعلام کرد، از این امکان برخوردار است که می‌تواند پیش‌نویس نوشته‌های کاربر را که نهایتاً تصمیم به انتشار آن‌ها نمی‌گیرد، همان‌طور که تایپ می‌شوند، ذخیره و نگه‌داری کند. مقاله مشخص می‌کند که فیس‌بوک بر اندیشه‌های اشخاص حتی بدون انتشار نظارت دارد. هنگام نوشتن در فیس‌بوک، این شبکه اجتماعی کدهایی را به مرورگر وب ارسال می‌کند و این کدها به صورت اتوماتیک آنچه را که شما تایپ می‌کنید را تحلیل می‌کند و به فیس‌بوک گزارش می‌دهد. فیس‌بوک این اقدام را که کاربر چیزی می‌نویسد و از انتشار آن صرف‌نظر می‌کند خودسانسوری تلقی کرده‌است.

در ژانویه ۲۰۱۴ هزاران کاربر فیس‌بوک با تشکیل جنبش اجتماعی اعتراض‌آمیز و انتشار یک نامه سرگشاده برخط که ۲۷ هزار امضاکننده یافت، خواستار آن شدند تا فیس‌بوک از رهگیری اندیشه‌های منتشرنشده‌شان دست بکشد. یک سخنگوی فیس‌بوک در پاسخ گفت: «فیس‌بوک محتوایی را که کاربران تصمیم گرفته‌اند تا آن را منتشر نکنند گردآوری یا رهگیری نمی‌کند.

## ارائه اطلاعات کاربران به دولت‌ها

فیسبوک در گزارشی که در ۲۷ اوت ۲۰۱۳ میلادی منتشر کرد اعلام نمود که اطلاعات کاربرانش را به درخواست دولت‌های مختلف، در اختیار این دولت‌ها می‌گذاشته‌است. در این گزارش آمده‌است که تنها در نیمه نخست سال ۲۰۱۳ میلادی دولت‌های گوناگون خواستار دستیابی به اطلاعات بیش از ۳۸ هزار کاربر این شبکه اجتماعی شده‌اند که در ۸۰٪ موارد درخواست‌ها به نتیجه رسیده‌اند. بیش از ۷۴ کشور جهان چنین درخواست‌هایی از فیسبوک داشته‌اند. بیش از نیمی از درخواست‌ها مربوط به دولت آمریکا بوده‌است (۲۰ تا ۲۱ هزار کاربر) که به ۷۹٪ از آن‌ها ترتیب اثر داده شده‌است. میزان دقیق درخواست‌های آمریکا به علت وجود قوانینی که مانع افشای آمار دقیق هستند ممکن نبوده. دولت بریتانیا نیز ۲۳۰۰ درخواست در این زمینه داشته‌است که به ۶۸٪ از آن‌ها ترتیب اثر داده شده. مقامات ترکیه اطلاعات ۱۷۳ کاربر فیسبوک را از این وبگاه درخواست کرده‌اند که فیسبوک به ۴۵ مورد از آن‌ها پاسخ داده‌است. به گفته فیسبوک این اطلاعات به «تهدید کودکان و شرایط اضطراری» مربوط بوده‌اند. وکیل فیسبوک در

اینبار اظهار امیدواری کرده‌است که این گزارش در جهت دستیابی به «معیارهای مناسب برای درخواست‌های دولت‌ها دربارهٔ اطلاعات کاربران» مفید باشد.

## پایشِ لینک‌های درون پیام‌های خصوصی

در روز ۳۰ دسامبر ۲۰۱۳ (۹ دی ۱۳۹۲) از فیس‌بوک شکایت شد که آن دسته از پیام‌های خصوصی کاربران را که دربرگیرنده لینکی به وبگاه‌های دیگر است پایش می‌کند تا با اطلاع از محتوای وبگاه لینک‌داده‌شده، از این داده‌ها برای هوشمند کردن آگهی‌های خود بهره گیرد. بر اساس این شکایت، فیس‌بوک متهم به کنترل پیام‌های خصوصی کاربران به منظور بهره‌گیری از محتوای لینک‌های درون آن برای تنظیم آگهی‌های خود است.

## انتخابات ریاست جمهوری سال ۲۰۱۶ آمریکا

در مارس ۲۰۱۸، مشخص شد که شرکت کمبریج آنالیتیکا بدون اجازه از اطلاعات شخصی آنلاین بیش از ۸۷ میلیون کاربر فیس‌بوک برای تأثیرگذاری بر مبارزات انتخابات ریاست‌جمهوری ایالات متحده آمریکا (۲۰۱۶) به نفع دونالد ترامپ استفاده کرده و

**فیس‌بوک با وجود اطلاع از کار این شرکت، هیچ اقدامی انجام نداده است. در پی این رسوایی، ارزش سهام فیس بوک در یک هفته ۵۸ میلیارد دلار کاهش یافت. تأیید شدن صفحات اشخاص مشهور مانند بازیگران و سیاست‌مداران در چند سال گذشته موجب شد که برخی از افراد مشهور در فیس بوک مجبور به استفاده از صفحات شخصی خود در فیس بوک شوند.در ضمن لوگوی تأیید صفحات فیس بوک در کنار اسم اشخاص تأیید شده قرار می‌گیرد. (منبع: ویکی پدیا)**




**در حال حاضر، ۲.۷۶ میلیارد نفر به‌صورت روزانه به سرویس‌های دیگر متعلق به فیسبوک دسترسی دارند.**


KHAMENEI.IR
آرایش جنگی دشمن
آرایش دشمن آرایش جنگی است؛ از لحاظ اقتصادی، سیاسی و فضای مجازی آرایش جنگی گرفته؛
فقط از لحاظ نظامی علی‌الظّاهر آرایش جنگی ندارد که آن هم البتّه حواس نظامی‌های ما جمع است؛
درمقابل این دشمنی که آرایش جنگی در مقابل ملّت ایران گرفته، ملّت ایران بایستی آرایش مناسب بگیرد.
۹۸/۰۲/۱۱
رهبر انقلاب
فضای مجازی _ ناصرکاوه

## ۲ .تیک توک(TikTok)

تیک توک این روزها در بین بچه‌ها بسیار پرطرفدار شده است. اگر شما زیر ۱۶ سال هستید، پس جای شما اینجاست. تیک توک یک برنامه ویدئویی اجتماعی است که به اشتراک‌گذاری ویدئوها را برای کاربران میسر می‌سازد. استیکرها، فیلترها و ویژگی‌های واقعی زیادی در آن وجود دارد که می‌توانید به ویدئوهای خود اضافه کنید. این برنامه از نظر تعداد دانلود در سال ۲۰۱۸ در رتبه چهارم قرار گرفت. تیک توک در حال حاضر در چین به عنوان Douyin شناخته می‌شود که به معنای " صدای لرزان" است. هم برای iOS و هم اندروید در دسترس است و برای ساخت موزیک ویدئوهای بین ۳ تا ۱۵ ثانیه استفاده می‌شود. همچنین می‌توان از آن برای ساخت ویدئوهای کوتاه بین ۳ تا ۶۰ ثانیه استفاده کرد .تیک تاک

اعلام کرد تعداد کاربران فعال ماهانه آن به یک میلیارد نفر رسیده است. این آمار نشان دهنده رشد ۴۵ درصدی تعداد کاربران اپ اشتراک گذاری ویدئو از جولای ۲۰۲۰ میلادی تاکنون است. آمریکا، اروپا، برزیل و کشورهای جنوب شرقی آسیا بزرگترین بازارهای این اپ چینی هستند. طی سال‌های اخیر با وجود سختگیری قانونی در آمریکا و مناطق دیگر تعداد کاربران تیک تاک همچنان رشد کرده است .این شرکت در ژانویه ۲۰۱۸ میلادی اعلام کرد ۵۵ میلیون کاربر فعال در سراسر جهان دارد. این رقم در دسامبر ۲۰۱۸ میلادی به ۲۷۱ میلیون نفر در دسامبر ۲۰۱۹ میلادی، ۵۰۸ میلیون نفر و در جولای ۲۰۲۰ میلادی به ۶۸۹ میلیون نفر رسید. همچنین این اپ در آگوست ۲۰۲۰ اعلام کرد تعداد دانلودهای آن از ۲ میلیارد بار فراتر رفته است. تیک تاک به شرکت چینی بایت دنس تعلق دارد. علیرغم سختگیری آمریکا؛ تعداد کاربران تیک تاک به یک میلیارد نفر رسید و از نظر محبوبیت بین کاربران به رده دوم سیده است.

## ۳ .واتس آپ(WhatsApp)

**واتس آپ: این پلتفرم پیام‌رسانی فوری در سال ۲۰۱۴ توسط فیس‌بوک اتخاذ شد، اما آن به‌عنوان یک واحد مستقل فعالیت می‌کند.**
**آن خیلی دیرتر از فیس‌بوک وارد صحنه شد، اما توانست با فراهم آوردن امکان ارتباط آنی بین افراد و گروه‌ها نظر میلیون‌ها نفر را در سراسر جهان به خود جلب کند. ویژگی تماس واتس آپ که دیگر نور علی نور است!**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۱میلیارد نفر**

## ۴ .کیو کیو(QQ)

کیوکیو: تنسنت کیو کیو (که عموماً به عنوان QQ شناخته شده) یک پلتفرم رسانه‌های اجتماعی و پیام‌رسان فوری (مبتنی بر چت) است. این پلتفرم پس از راه‌اندازی در چین به یک پلتفرم بین‌المللی تبدیل شد (با وجود بیش از ۸۰ کشور که از آن استفاده می‌کردند). می‌توان از آن برای در تماس بودن با دوستان از طریق متن، تماس‌های تصویری و چت‌های صوتی استفاده کرد. آن حتی دارای یک مترجم داخلی برای ترجمه چت‌های شماست.

تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۸۵۳ میلیون نفر

## ۵ .وی چت(WeChat)

**وی چت: این یک برنامه ارتباطی چندمنظوره برای پیام‌رسانی و تماس مشابه واتس آپ است که شما را قادر می‌سازد با افرادی که می‌خواهید ارتباط برقرار کنید. آن همچنین توسط تنسنت در چین توسعه یافت و می‌تواند به‌آسانی در کنار کیو کیو مورد استفاده قرار گیرد.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۶۹۷ میلیون نفر**

## ۶ .کیو زون ( QZone )

**کیو زون: کیو زون نیز همانند کیو کیو و وی چت یکی دیگر از سرویس‌های شبکه های اجتماعی است که توسط تنسنت توسعه یافته است. این سرویس شما را قادر می‌سازد تا تصاویر را به اشتراک بگذارید، ویدئو تماشا کنید، به آهنگ‌ها گوش دهید، وبلاگ بنویسید، دفتر خاطرات روزانه داشته باشید، و غیره. این همچنین به شما امکان می‌دهد تا گزینه‌های دیگری را انتخاب کنید و ظاهر صفحات وب کیو زون خود را سفارشی‌سازی کنید.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۶۴۰ میلیون نفر**

## ۷ .تامبلر (Tumblr)

**تامبلر: تامبلر که از سال ۲۰۱۳ متعلق به یاهو بود، به عنوان یک پلتفرم میکرو وبلاگ نویسی و همچنین رسانه اجتماعی است که می‌توان از آن برای یافتن و دنبال کردن چیزهایی که دوست دارید استفاده کنید. همچنین می‌توانید از آن برای ارسال هر چیزی از جمله وبلاگ چندرسانه‌ای تا یک وبلاگ کوتاه استفاده کنید. علاوه براین، این امکان را به شما می‌دهد تا تقریباً همه‌چیز را سفارشی‌سازی کنید.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۵۵۵ میلیون نفر**

## ۸ .اینستاگرام(Instagram)

اینستاگرام: به عنوان یکی از پلتفرم‌های در شبکه های اجتماعی راه‌اندازی شده که کاملاً مبتنی بر به اشتراک‌گذاری تصاویر و ویدئوهاهست. برای به اشتراک‌گذاری تصاویر شما را قادر می‌سازد تا از بهترین لحظات زندگی خود با دوربین موبایل یا هر دوربین دیگری عکس بگیرید و آن‌ها را به یک کار هنری تبدیل کنید. اینستاگرام شما را قادر می‌سازد تا از چندین فیلتر برای تصاویر خود استفاده کنید و بتوانید آن‌ها را به‌آسانی به سایر سایت‌های معروف شبکه های اجتماعی مثل فیس‌بوک و توییتر ارسال کنید. تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۴۰۰ میلیون نفر

## ۹ .توییتر(Twitter)

توییتر به شما این امکان را می‌دهد تا پیام‌های متنی کوتاه (به نام توییت) که حاوی حروف محدودی (تا ۲۸۰ حرف) هستند را ارسال کنید تا پیام خود را به جهان برسانید. با شور و شوق فزاینده‌ای که نسبت به خرید آنلاین وجود دارد، توییتر نیز امکان تبلیغ کسب‌وکار و حتی خرید مستقیم از طریق توییتها را فراهم می‌آورد. یاد بگیرید که چطور یک پروفایل مطلوب را در توییتر ایجاد نمایید.

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۳۲۰ میلیون نفر**

## ۱۰ .گوگل پلاس(+Google) که دیگر در دسترس نیست

گوگل پلاس: این پلتفرم شبکه اجتماعی مبتنی بر علاقه، شما را قادر می‌سازد تا با به اشتراک گذاشتن پیام‌ها، عکس‌ها، فیلم‌ها، لینک‌های مفید در سایت‌ها و غیره با افراد در تماس باشید. آن همچنین از طریق پاتوق‌ها از کنفرانس‌های ویدئویی پشتیبانی کرده و به کسب‌وکارها اجازه می‌دهد تا محصولات و برندهایشان را از طریق صفحات تجاری گوگل پلاس تبلیغ کنند.

تعداد کاربران فعال: تقریباً ۳۰۰ میلیون نفر

## ۱۱ .بایدو تیبا(Baidu Tieba)

بایدو تیبا که  توسط شرکت موتور جستجوی چینی بایدو ارائه شده‌است (و در سطح بین‌المللی Postbar نامیده می‌شود) یک شبکه انجمن اجتماعی مبتنی بر جستجوی کلمات کلیدی در موتور جستجوی بایدو است. این تالار گفتگو بر روی مفهوم منحصربه‌فردی کار می‌کند که ایجاد یک گروه شبکه اجتماعی را با یک عنوان خاص با استفاده از جستجو و یا حتی ملحق شدن به گروه اجتماعی آنلاین موجود برای شما میسر می‌سازد.

تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۳۰۰ میلیون نفر

## ۱۲ .اسکایپ(Skype)

اسکایپ که متعلق به مایکروسافت است، یکی از محبوب‌ترین پلتفرم‌های شبکه های اجتماعی مبتنی بر ارتباطات است. این سرویس به شما این امکان را می‌دهد تا از طریق تماس صوتی، تماس ویدیویی (با استفاده از یک وب کم) و ارسال پیام متنی با افراد ارتباط برقرار کنید. حتی می‌توانید تماس‌های کنفرانس گروهی را برقرار کنید. و بهترین بخش این است که تماس اسکایپ به اسکایپ رایگان است و می‌توان از آن برای برقراری ارتباط با هر کسی در هر کجای دنیا از طریق اینترنت استفاده کرد.

تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۳۰۰ میلیون نفر

## ۱۳ .وایبر(Viber)

این پلتفرم اجتماعی چند زبانه که در بیش از ۳۰ زبان در دسترس است، به خاطر قابلیت‌های پیام‌رسانی متنی و صوتی فوری شناخته شده است. با استفاده از Viberنیز می‌توانید عکس‌ها ، فیلم‌ها و پیام‌های صوتی خود را به اشتراک بگذارید. این سرویس به شما این امکان را می‌دهد که از طریق یک ویژگی به نام وایبر اوت با کاربران غیر وایبر تماس بگیرید.

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۲۴۹ میلیون نفر**

## ۱۴ .سینا ویبو(Sina Weibo)

**سینا ویبو**

**این یک پلتفرم اجتماعی میکرو وبلاگ نویسی بسیار محبوب در چین است که به خاطر دارا بودن ترکیبی از ویژگی‌های توییتر و فیس‌بوک شناخته شده است.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۲۲۲ میلیون نفر**

## ۱۵ .لاین(LINE)

**لاین**

**لاین یکی از شبکه های اجتماعی موجود برای پیام‌رسانی در سطح جهانی است که به اشتراک‌گذاری عکس‌ها، فیلم‌ها، پیام‌های متنی و حتی پیام‌ها یا فایل‌های صوتی را برای شما میسر می‌سازد. علاوه بر این، با استفاده از آن می‌توانید در هر زمانی از روز تماس‌های صوتی و تصویری برقرار کنید.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۲۱۵ میلیون نفر**

## ۱۶ .اسنپ چت(Snapchat)

**اسنپ چت**

**این یک پلتفرم اجتماعی پیام‌رسانی تصویری است که به شما این امکان را می‌دهد تا با استفاده از تصاویر با دوستان خود چت کنید. همچنین می‌توانید اخبار را پیگیری کرده و حتی استوری‌های لایو مربوط به سراسر جهان را چک کنید.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۲۰۰ میلیون نفر**

## ۱۷. YY

YYیکی از پلتفرم‌های مهم شبکه های اجتماعی مبتنی بر فیلم در چین است که امکان گفتگوی تصویری گروهی را فراهم می‌آورد. در چنین گفتگوهایی، بیش از ۱۰۰،۰۰۰ عضو می‌توانند یک فرد را در حین انجام یک فعالیت مشاهده کنند. چنین فعالیتی می‌تواند هر چیزی مانند ارائه یک فیلم آموزشی تا آهنگ کاراکوئه باشد که به کاربران در به دست آوردن ارز مجازی کمک می‌کند که می‌توانند بعداً آن‌ها را به نقد تبدیل کنند. تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۱۲۲ میلیون نفر

## ۱۸ .وی کنتاکته(VK)

**VKیکی از بزرگ‌ترین پلتفرم‌های شبکه اجتماعی در روسیه است و دارای ویژگی‌های کاملاً مشابه فیس‌بوک است.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۱۰۰ میلیون نفر**

## ۱۹ .پینترست(Pinterest)

**پینترست**

**این نیز یک برنامه یا سایت رسانه اجتماعی برای به اشتراک‌گذاری عکس و بوکمارک‌هاست که توسط آن می‌توانید ایده‌های جدیدی را برای پروژه‌های خود پیدا کنید و آن‌ها را ذخیره نمایید. می‌توانید با استفاده از پینترست کارهای DIY یا پروژه‌های زیباسازی منازل را انجام دهید، برای سفر خود برنامه‌ریزی کنید و غیره.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۱۰۰ میلیون نفر**

## ۲۰ .لینکدین(LinkedIn)

**لینکدین**

**LinkedInبه‌سادگی یکی از معروف‌ترین سایت‌ها یا برنامه‌های شبکه های اجتماعی حرفه‌ای است و به بیش از ۲۰ زبان در دسترس می‌باشد. این سرویس توسط متخصصان در سراسر جهان مورد استفاده قرار می‌گیرد و به عنوان یک پلتفرم ایده آل برای ارتباط با کسب‌وکارهای مختلف ، مکان‌یابی و استخدام گزینه‌های ایده آل و غیره به کار می‌رود و دارای بیش از ۴۰۰ میلیون عضو است.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۱۰۰ میلیون نفر**

## ۲۱.تلگرام(Telegram)

**تلگرام**

**این شبکه پیام‌رسانی فوری همانند واتس آپ است و به بیش از هشت زبان در سراسر پلتفرم‌ها در دسترس است. با این‌حال، تلگرام همیشه به حریم خصوصی و امنیت پیام‌هایی که با استفاده از پلتفرم آن در اینترنت ارسال می‌کنید توجه بیشتری داشته است. بنابراین، این سرویس به شما این امکان را می‌دهد تا پیام‌های رمزگذاری شده و خود آسیب‌رسان را ارسال کنید. این ویژگی رمزگذاری تنها برای واتس اپ در دسترس است، درحالی‌که تلگرام همیشه آن را ارائه کرده است. تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۱۰۰ میلیون نفر**

## ۲۲ .ردیت(Reddit)

**ردیت**

**این پلتفرم رسانه‌های اجتماعی شما را قادر می‌سازد تا محتوا ارسال کنید و سپس به آن محتوا رأی دهید. این رأی‌گیری انتقال محتوا به بالا یا پایین را مشخص می‌کند که درنهایت بر اساس حوزه‌های موردنظر (subreddit) به نام سازمان‌دهی می‌شوند.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۱۰۰ میلیون نفر**

## ۲۳ .تارینگا(Taringa)

**تارینگا**

**تارینگا یکی از بزرگ‌ترین پلتفرم‌های شبکه های اجتماعی در آمریکای لاتین است و برای کاربران امکان به اشتراک‌گذاری تجربیات ، محتوا و غیره را فراهم می‌آورد.**

**تعداد کاربران فعال : تقریباً ۷۵ میلیون نفر**

## ۲۴ .فوراسکوار(Foursquare)

**فوراسکوار**

**این یک پلتفرم رسانه‌های اجتماعی مبتنی بر جستجو و کشف است که شما را قادر می‌سازد مکان‌های ایده آل را پیدا کنید و به همراه دوستان و عزیزانتان به آنجا بروید. همچنین نتایج مناسبی را در جستجوی بهترین فروشگاه‌های مواد غذایی ، جاهای تفریحی شبانه و جاهای دیگر در منطقه خود برای شما ارائه می‌دهد. ویژگی شبکه اجتماعی در حال حاضر در برنامه جداگانه‌ای به نام اسوارم (Swarm)در دسترس است.**

**تعداد کاربران فعال: تقریباً ۴۰ میلیون نفر**

## ۲۵. رنرن(Renren)

**Renren**

**یکی از بزرگ‌ترین سایت‌های شبکه اجتماعی در چین و دقیقاً پلتفرمی قابل استفاده برای عموم است. به دلیل شباهت زیاد به فیس‌بوک در بین جوانان بسیار محبوب است، زیرا به کاربران اجازه می‌دهد تا به‌آسانی با یکدیگر ارتباط برقرار کنند، به‌سرعت افکار و پست‌هایشان را به اشتراک بگذارند و حتی تفکرات خود را به‌روز کنند.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً بیش از ۳۰ میلیون نفر**

## ۲۶ .تگد(Tagged)

**Tagged**

**این یکی از سایت‌های رسانه اجتماعی عالی برای دوستی و دوست‌یابی است که در سال ۲۰۱۱ پلتفرم شبکه اجتماعی دیگری به نام hi5 را اتخاذ کرد. این سرویس به شما این امکان را می‌دهد تا از طریق بازی‌ها، مرور کردن پروفایل‌ها، علایق مشترک و غیره با دیگران ارتباط برقرار کنید.**

**تعداد کاربران فعال: تقریباً ۲۵ میلیون نفر**

## ۲۷ .بادو(Badoo)

**بادو**

**این سایت شبکه اجتماعی با محوریت دوست‌یابی در بیش از ۲۰۰ کشور فعالیت دارد. این سرویس جزئیات مربوط به افرادی که نزدیک منطقه شما هستند یا حتی افرادی که در زندگی واقعی شما هستند را به اشتراک می‌گذارد.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۲۰ میلیون نفر**

## ۲۸. مای اسپیس(Myspace)

**myspace**

**این یک سایت شبکه اجتماعی متمرکز بر موسیقی است که شبکه‌ای تعاملی ، دوستانه و ارسال شده توسط کاربر را فراهم می‌آورد که وبلاگ‌ها ، گروه‌ها ، پروفایل‌های شخصی ، تصاویر ، فیلم‌ها و غیره نیز ارائه می‌دهد .**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۲۰ میلیون نفر**

## ۲۹ .استامبل آپان (StumbleUpon)

**stumbleupon**

**استامبل آپان یک پلتفرم شبکه های اجتماعی هوشمند است که محتوا را پیدا یا کشف می‌کند و همین کار را به کاربران نیز توصیه می‌کند. بنابراین، شما می‌توانید صفحات وب، تصاویر، فیلم‌ها و غیره را پیدا کنید و آن‌ها را با توجه به علاقه و ذوق خود دسته‌بندی کنید.**

**تعداد کاربران فعال در هر ماه: تقریباً ۲۵ میلیون نفر**

## ۳۰ .داتس(Dots)

dots

the-dots.com یک پلتفرم شبکه است که به همه افرادی که در فرایند خلاقانه شرکت دارند کمک می‌کند تا با یکدیگر ارتباط برقرار کنند، همکاری داشته باشند و ارتباط تجاری داشته باشند تا بتوانند بخش خلاق قوی‌تر، سودآورتر و متنوع‌تری را ایجاد کنند. اما جدا از اشتیاق واقعی برای ایجاد صنایع خلاق به‌طور صریح‌تر و شایسته سالارتر، Pip Jamieson بنیان‌گذار آن، این پلتفرم را در سال ۲۰۱۴ در انگلستان راه‌اندازی کرد.

## ۳۱ .کیوباکس(Kiwibox)

**kiwibox**

**یک سایت شبکه اجتماعی با محوریت جامعه و به‌خصوص برای کسانی است که در نیویورک زندگی می‌کنند. یک مجله آنلاین را ارائه می‌دهد که نوجوانان را از طریق مسائل مربوط به مد، مشاوره و گفتگو مورد هدف قرار می‌دهد. همچنین به بزرگ‌سالان این امکان را می‌دهد تا افراد دیگر را از مهارت‌ها و علایق خود مطلع سازند.**

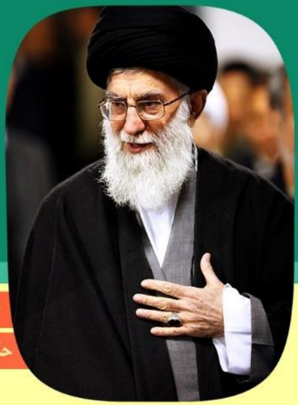
## ۳۲ .اسکای روک(Skyrock)

**skyrock**

**اسکای روک یک سایت شبکه اجتماعی فرانسه است که یک فضای وب رایگان و شخصی را به کاربران خود ارائه می‌دهد تا وبلاگ‌ها را ایجاد و ارسال کنند، پروفایل‌ها را اضافه نمایند و به تبادل پیام بپردازند. این سرویس به غیر از زبان فرانسه و انگلیسی به پنج زبان دیگر نیز در دسترس است.**




# به اندازه انقلاب

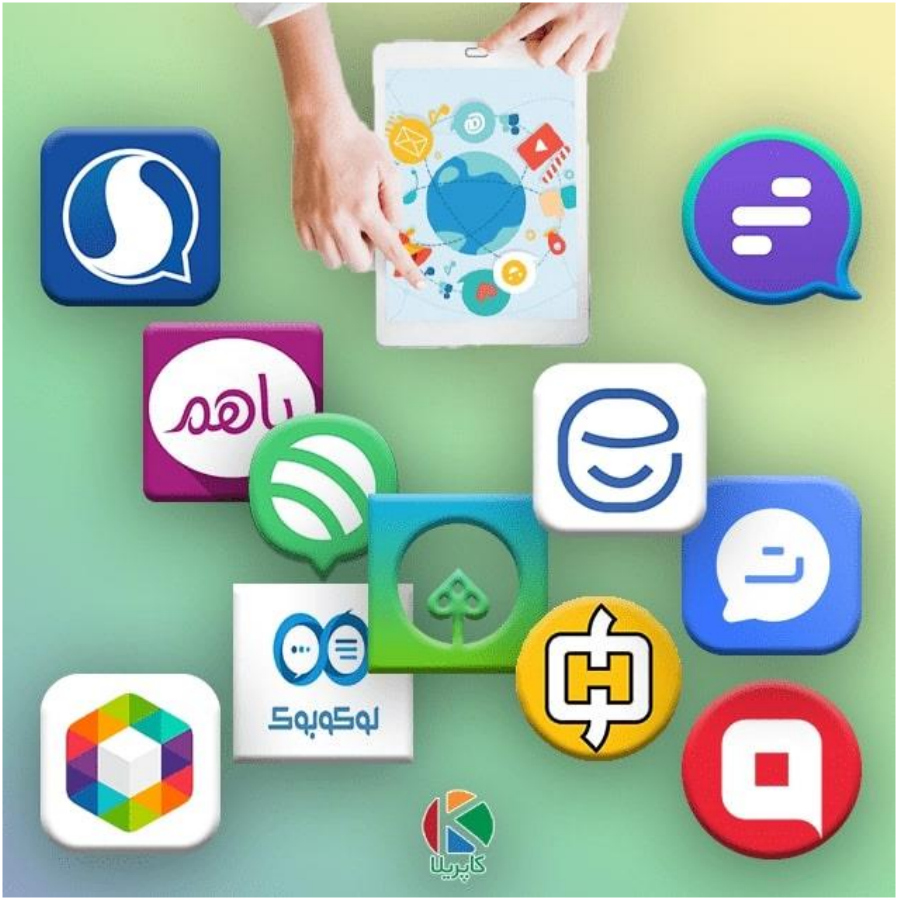


۱۳۹۴/۶/۱۴

حکم انتصاب اعضای شورای عالی فضای مجازی

پیدایش فضای مجازی در چند دهه‌ی اخیر یکی از بزرگترین نمادهای تحول جهانی است. رخدادی که تأثیرات شگرف آن هر روز در ابعاد فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، سیاسی، امنیتی و دفاعی در عرصه‌ی ملی و بین‌المللی نمود بیشتری پیدا می کند.

# شبکه‌های اجتماعی ایرانی اندروید



## شبکه اجتماعی ایرانی سروش پلاس

## از «سروش» تا «سروش پلاس»

**سروش مانند بسیاری از پیام‌رسان‌های ابری نظیر تلگرام، اطلاعات وارد شده توسط کاربران را ذخیره می‌کند، اما آن را فاش نمی‌کند. این شبکه اجتماعی یک برنامه پیام‌رسان فوری (instant messaging) است که دارای نسخه اندروید و iOS برای گوشی‌ها و نسخه آزمایشی برای سیستم‌عامل‌های ویندوز، Mac OS و لینوکس می‌باشد. نسل چهارم «سروش» که امروزه آن را با نام «سروش پلاس» می‌شناسیم، آخرین و بهترین آپدیت این اپلیکیشن است؛ چون‌که رابط کاربری و**

فرمت بهتری دارد. علاوه بر این، یک دستیار صوتی به آن اضافه‌شده است (با دستیار «سروش پلاس» می‌توان خیلی از کارها ازجمله: تنظیمات، پیام‌ها، تماس‌ها، تماس‌ها و ... را به‌راحتی انجام داد. حتی می‌توانید با این دستیار صحبت کنید!) و بخشی به نام Post Chin (Time Line) اضافه‌شده است که حاوی بهترین پست‌های کانال است.

در نسخه چهارم این شبکه اجتماعی ایرانی، علاوه بر دستیار صوتی و تایم لاین، امکانات دیگری نظیر: تماس صوتی و تصویری، VODو تلویزیون، پخش زنده یا لایو، ویترین نیز اضافه‌شده است. این ویژگی‌های جدید در کنار رفع باگ‌های قبلی و افزایش امنیت آن باعث شد تا این به‌روزرسانی پاسخ‌های مثبتی از سوی کاربران دریافت کند. شایان ذکر است که برخی از این امکانات ویژگی‌هایی که ذکر شد، در نسخه سروش پلاس موجود نیستند.

## شبکه اجتماعی ایرانی آیگپ

## «آیگپ» امن ترین پیام رسان ایرانی

این پیام‌رسان از سال ۱۳۹۴ با عنوان اولین پیام‌رسان متن‌باز ایرانی شروع به فعالیت کرده و پس‌ازآن عنوان امن‌ترین پیام‌رسان ایرانی را نیز به خود اختصاص داده است و بر روی پلتفرم تلفن‌های هوشمند اندرویدی و iOS قابل‌نصب است. با کمک این پیام‌رسان شما می‌توانید فایل‌های متنی، تصاویر، ویدئو و موسیقی را به اشتراک بگذارید و از استیکرهای آن برای چت‌های خود استفاده کنید.

علاوه بر این، نرم‌افزار آیگپ امکان برقراری تماس صوتی و تصویری را برای کاربران فراهم کرده است. در بخش آیلند این پیام‌رسان، شما می‌توانید از امکاناتی همچون کارت به کارت کردن پول، خرید شارژ تلفن همراه، خرید بسته اینترنتی، درخواست آنلاین تاکسی، خرید اینترنتی و همین‌طور پرداخت‌های خیریه به صورت آنلاین بهره ببرید.

این نرم‌افزار علاوه بر پلتفرم‌های یادشده بر روی بسترهای ویندوز، مک و لینوکس و به‌صورت تحت وب نیز قابل‌استفاده است. اپلیکیشن این پیام‌رسان را نه تنها در گوگل پلی استور و کافه بازار بلکه در اناردونی، آی آپس، سیب ایرانی و مایکت نیز می‌توانید پیدا نموده و آن را دانلود کنید.

## شبکه اجتماعی ایرانی گپ

## «گپ» فراتر از ارتباط

**در پیام‌رسان «گپ» که با شعار «فراتر از ارتباط» پای به عرصه نهاده است، می‌توانید علاوه بر ارتباط با دیگران، به تجربه‌ای جالب از بازی و سرگرمی، آموزش، استفاده از خدمات و حتی خرید از فروشگاه‌ها دست‌یابید. در این شبکه اجتماعی ایرانی نیز امکان برقرار تماس صوتی و تصویری فراهم آمده است.**

البته «گپ» امکانات جالب دیگری دارد که این پیام‌رسان را از هم‌نوعان ایرانی خود تا حدودی متمایز می‌کند. ازجمله این امکانات می‌توان به:

امکان برقراری پخش زنده توسط مدیران گروه‌ها و کانال‌ها

امکان ساخت بات‌های قدرتمند برای توسعه‌دهندگان و مدیران استارت‌آپ‌ها

امکان قراردادن فرم دیتا در بات‌ها

کیف پول بین‌المللی

و رمز ارز گپسی اشاره کرد.

شایان ذکر است که گپ نیز مانند تلگرام، مبتنی بر سرویس ابری است.

## شبکه اجتماعی ایرانی نزدیکا

## «نزدیکا» یک محیط سرگرم کننده

**شبکه اجتماعی «نزدیکا» درواقع یک پیام‌رسان داخلی و همین‌طور یک پلتفرم برای اشتراک‌گذاری تصاویر و ویدئوها است. این شبکه اجتماعی که با شعار «دایره دوستان جدید تو» پای به عرصه نهاده، شباهت زیادی به اینستاگرام داشته و افراد می‌توانند در زیر تصاویر و فیلم‌های به اشتراک گذاشته‌شده، نظرات خودشان را درج نموده، تصویر را لایک یا ذخیره کرده و با بقیه افرادی که از این پیام‌رسان استفاده می‌کنند، در ارتباط باشند و با هم چت کنند.**

## شبکه اجتماعی ایرانی باهم

## «هم سرگرمی هم بازی با «با هم»

«با هم» نیز مانند «نزدیکا» یک پیام‌رسان و شبکه اجتماعی داخلی است. این شبکه اجتماعی مانند تلگرام یک سری گروه‌ها و کانال‌های فعال دارد که با عضویت در آن‌ها می‌توانید، آخرین اخبار حوزه‌های مختلف را دریافت کنید و علاوه بر این، دیدگاه‌ها، نظرات، عکس‌ها، تصاویر و فیلم‌های خودتان را به اشتراک بگذارید. این نرم‌افزار یک بخش سرگرمی هم دارد که این روزها طرفداران بسیار زیادی پیدا کرده است. بخش سرگرمی بالغ‌بر ۲۰ هزار بازی را در اختیار کاربران قرار داده است.

## شبکه اجتماعی ایرانی هورسا

## لایک و دیس لایک در «هورسا»

«هورسا» هم از آن دسته شبکه‌های اجتماعی پرطرفدار ایرانی در اندروید است که امکان اشتراک تصویر، عکس و فیلم را برای کاربران فراهم کرده است. شما در این شبکه اجتماعی می‌توانید علاوه بر لایک کردن محتواهای موردعلاقه خود، مواردی که موردپسندتان نبوده یا مغایر با سلیقه شماست، دیسلایک کنید که قابلیت جدید و جالبی برای این نرم‌افزار به‌حساب می‌آید.

## شبکه اجتماعی ایرانی پونیشیر

## در «پونیشیر» بزرگ بیندیشید و کوتاه بنویسید

«پونیشیر» با شعار «بزرگ بیندیش و کوتاه بنویس» یک شبکه اجتماعی ایرانی اندروید محسوب می‌شود که قابلیت انتشار متن‌های کوتاه تا حداکثر ۳۰۰ کاراکتر را به کاربران می‌دهد. علاوه بر انتشار متن، شما می‌توانید در این شبکه اجتماعی از قابلیت‌های دیگری همچون منشن (Mention) کردن، استفاده از هشتگ، انتشار تصاویر و به اشتراک‌گذاری موقعیت مکانی نیز بهره ببرید. گفتنی است که «پونیشیر» یک فضای امن رمزنگاری‌شده نیز برای گفتگوهای دونفره به وجود آورده

## شبکه اجتماعی ایرانی همسا

## در «همسا» ایده پردازی کنید!

شبکه اجتماعی «همسا» فضایی برای ایده پردازی و آشنایی با کسب‌وکار جدید فراهم آورده است. با وارد شدن به فضای این شبکه اجتماعی ایرانی، هم می‌توانید ایده‌های خود را به اشتراک بگذارید، بازخوردهای مختلف درباره ایده‌تان را بررسی نموده و حتی مشورت گرفته و با استفاده از تجربه دیگران نقاط قوت و ضعف ایده خود را پیدا کنید و می‌توانید ایده‌هایی که دیگران به اشتراک گذاشته‌اند را مطالعه کنید و به کمک همه این‌ها، کسب‌وکار خودتان را رونق و یا گسترش دهید.

## شبکه اجتماعی ایرانی تاکینا

### «تاکینا» کنترل شده و ایرانیزه

**این شبکه اجتماعی ایرانی اندرویدی، یک محیط برای تبادل عقاید و تفکرات و همین‌طور گسترش کسب‌وکار است.**

**«تاکینا» به‌صورت کنترل‌شده کار می‌کند؛ به این معنی که با به‌کارگیری یک سیستم تخصصی، محتواهای بزرگ‌سالان را کنترل می‌کند و به‌صورت خودکار مضامین نامتناسب با عرف و شرع اسلامی و حاوی توهین به قومیت‌ها و نژادهای مختلف را شناسایی و حذف می‌نماید.**

**بنابراین اگر تمایل به فعالیت در یک شبکه اجتماعی کنترل‌شده را دارید، «تاکینا» می‌تواند انتخاب خوبی برای شما باشد. علاوه بر این خصوصیات، در این شبکه اجتماعی امکاناتی همچون ارسال فایل‌های تصویری، صوتی و ویدئویی وجود دارد. همچنین امکانات بسیار دیگری وجود دارد که می‌توانید با توجه به سلیقه و هدف خود از آن‌ها بهره ببرید.**

**ازجمله این امکانات می‌توان به:**

**فروش محصولات مجازی و فیزیکی نو و دست‌دوم در بخش مارکت**

**یافتن همکار و مشاور در خصوص کسب‌وکارتان در بخش مشاغل**

## شبکه اجتماعی ایرانی من مامانم

## «من مامانم» برای مادران ایرانی

**«من مامانم» یک شبکه اجتماعی با محتوای آموزشی خوب برای مادران مهربان و دلسوز ایرانی است. شما در این شبکه اجتماعی ایرانی اندرویدی می‌توانید در گفتگوهای عمومی شرکت کنید و از مشاورهای گروه سؤالات خود را درزمینه تربیت فرزند، مسائل اجتماعی و مشکلات خانوادگی بپرسید.**

## شبکه اجتماعی ایرانی کافه تلگراف

## «کافه تلگراف» اندکی متفاوت تر از دیگر شبکه های اجتماعی

**«کافه تلگراف» یک شبکه اجتماعی ایرانی اندرویدی با ۱۶ تم متفاوت است که علاوه بر امکانات رایج در اغلب شبکه‌های اجتماعی، امکانات اضافی دیگری نیز به کاربران خود ارائه می‌دهد. ازجمله این امکانات اضافی می‌توان به: مدیریت دفترچه خاطرات، مدیریت پیام‌های عمومی و خصوصی، امکان ارسال سکه به سایر کاربران، مدیریت هدایای دریافتی، ثبت حاضری روزانه، مدیریت آلبوم تصاویر، برگزاری مناسبت‌های خاص، نظرسنجی و امکان ارسال تلگراف اشاره کرد. بانک تلگراف به‌صورت آفلاین و بدون نیاز به اینترنت قابلیت استفاده دارد**

## اپلیکیشن ایرانی روبیکا

## «روبیکا» یک سوپر اپلیکیشن ایرانی

**«روبیکا» تنها یک شبکه اجتماعی ایرانی نیست؛ بلکه یک اپلیکیشن جامع است که از امکانات و سرویس‌های متعددی برخوردار است و تنها یکی از این امکانات و سرویس‌ها، همان شبکه اجتماعی است که به «روبینو» معروف است.**

**ازجمله دیگر امکانات «روبیکا» می‌توان به:**

- **سرویس پیام‌رسان**
- **سرویس پرداخت قبوض و خرید شارژ و بسته اینترنت**
- **سرویس تماشای فیلم و سریال و انیمیشن بدون نیاز به خرید اشتراک**

- سرویس گوش دادن به موسیقی
- سرویس شبکه تعاملی با هنرمندان و برنامه‌های موردعلاقه
- سرویس صفحه اخبار خبرگزاری‌های مختلف
- سرویس ورزشی
- سرویس آموزش
- سرویس خرید بلیط هواپیما و اتوبوس برای سفر
- سرویس نیکوکاری

اشاره کرد. «روبیکا» را در گوگل پلی استور نمی‌توانید بیابید.

لینک‌های دانلود این اپلیکیشن جامع در ادامه ارائه‌شده است.

چندی پیش وزیر ارتباطات آمار جدیدی از تعداد کاربران پیام‌رسان‌های داخلی منتشر کرد زارع‌پور در پی اولتیماتوم به متا در راستای معرفی نماینده رسمی در ایران، اعلام کرد روبیکا ماهانه ۳۵ میلیون کاربر فعال دارد. همچنین ایتا، بله و سروش‌پلاس به‌ترتیب در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

## شبکه اجتماعی ایرانی لوکوبوک

## «لوکوبوک» مجمع کتابخوان ها

**«لوکوبوک» یک شبکه اجتماعی ایرانی در پلتفرم اندروید است که کاربران خاصی دارد. شبکه‌ای که با هدف مطالعه لذت‌بخش و نویسندگی حرفه‌ای، فضای سرگرم‌کننده‌ای را برای علاقه‌مندان این حوزه به وجود آورده است.**

**این شبکه مانند سایر شبکه‌های اجتماعی از امکاناتی نظیر اشتراک‌گذاری تصاویر و ویدئو هم برخوردار است. حساب کاربری شما در «لوکوبوک» تنها با واردکردن**

شماره تلفن، ساخته می‌شود و پس از ورود به آن می‌توانید از امکانات شخصی سازی‌شده‌اش بهره‌مند شوید.
مثلاً می‌توانید تصویر پشت جلد پروفایل خود را عوض کنید و یا یک بیو دلخواه به آن اضافه نمایید. امکان ارسال درخواست دوستی و چت‌های خصوصی نیز در «لوکوبوک» برای شما فراهم است.
درواقع همان‌طور که اشاره شد، هدف این شبکه اجتماعی، افزایش لذت مطالعه است و بر این اساس شما در این شبکه می‌توانید لیست کتاب‌های موردعلاقه خودتان را به کتابخانه شخصیتان اضافه کرده و برخی از داستان‌های ادامه‌داری که در این شبکه اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شوند را دنبال کنید.
حتی می‌توانید با فعال کردن نوتیفیکیشن، از انتشار قسمت‌های جدید این داستان‌ها مطلع شوید.

## پلتفرم مالی و اجتماعی بله

## پیام رسان بانکی بله شبکهٔ اجتماعی

**هم پیام رد و بدل کنید و هم کارهای بانکی‌تان را راحت انجام دهید! پیام رسان بانکی بله شبکهٔ اجتماعی ـ مالی بانک ملی ایرانه که همزمان امکان چت و پرداخت رو برای تو فراهم می‌کنه. با بله به‌راحتی با خانواده و دوستانت در ارتباط باش و فایل‌های صوتی و تصویری خودت رو با آنها به اشتراک بگذار؛ به‌سرعت کارت به کارت کن، شارژ و بسته‌های اینترنت بخر، قبض موبایل و قبض‌های خدماتی رو پرداخت کن و به مؤسسات خیریه کمک کن. تعرفهٔ ترافیک در بله یک‌سوم حساب می‌شه.**

## شبکه اجتماعی ایتا

### «ایتا» مانند «تلگرام»

در ایتا محیط را همانند تلگرام طراحی شده است؛ چراکه می‌خواستندمردم عادی که از تلگرام استفاده می‌کنند یا افرادی که سن بالاتری دارند و کار با یک پیام‌رسان جدید برایشان سخت است، به مشکل برنخورند. در پوسته جدید سعی شده است غیر از رنگ هیچ چیز دیگری را تغییر نیابد. قطعا در امکانات هم بسیار نزدیک به تلگرام هست. ایتا هفت بخش دارد که به مرور زمان از این بخش‌ها رونمایی خواهد شد. بخش‌های متفاوتی از جمله ایرلینگ، پرداخت و فروشگاه وجود دارد اما احساس می‌کنیم در حال حاضر مردم به اینها نیاز ندارند. مردم می‌خواهند اگر

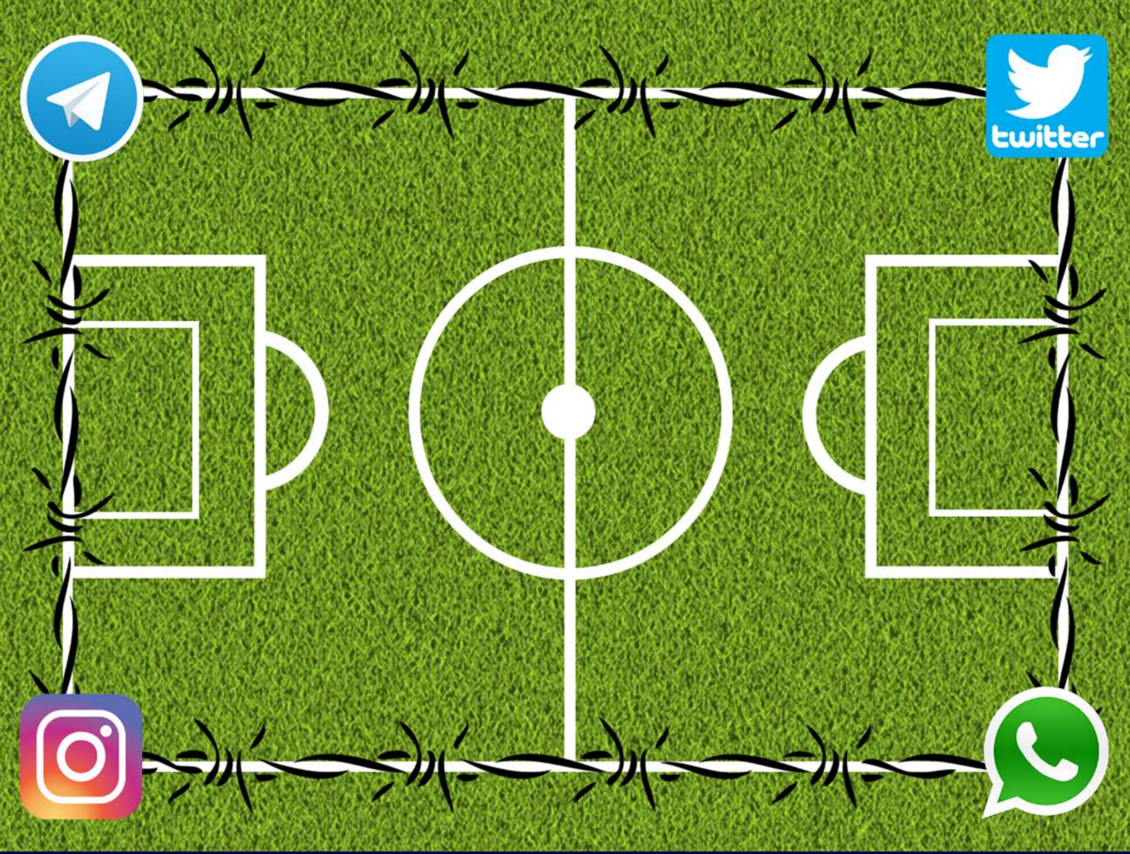
اتفاقی افتاد و تلگرام مختل یا فیلتر شد، حس نکنند که وارد محیط غریبی شده‌اند و از آن اطلاع ندارد. حتی کسانی که مدیریت کانال می‌کنند، احساس نکنند مجموعه‌ای همانند ایتا آنها را مدیریت می‌کند یا در درآمد و تبلیغ آنها دخالت می‌کند؛ این‌چنین نیست. برای کانال‌دارها شرایطی را فراهم شده است که همانند تلگرام کار در آن رایگان باشد و بحث درآمدزایی اصلا مطرح نیست. شاید یکی از دلایل اقبال ایتا نزد مخاطب هم همین مساله باشد؛ در سیستم ایتا معلوم است کانال‌ها رزرو می‌شوند، خود کانال‌دارهای تلگرام احساس کرده‌اند جایگاه خود را در تلگرام از دست می‌دهند؛ بنابراین باید مخاطبان خود را به پیام‌رسانی هدایت کنند. آنان در حال حاضر در ایتا فعالیت می‌کنند و دائم در آن محتوا می‌گذارند. کانال‌های خبرگزاری‌ها در ایتا به سرعت مخاطب جذب می‌کنند. رئیس مرکز اطلاع‌رسانی و روابط عمومی وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات با اشاره به آمار کاربران فعال پیام‌رسان‌های ایرانی، نوشت: روبیکا ۱۵.۲، ایتا ۹.۲ میلیون، سروش‌پلاس ۳.۵ و بله ۳.۳ میلیون به صورت روزانه کاربر فعال دارد




فضای مجازی _ ناصرکاوه

# سخن آخر


فضای مجازی در کلام رهبری
دشمن از طریق تولید و ترویج شبهات و همچنین تولید محتوای ضد عفت و حیا، به دنبال انحراف جوانان مؤمن و سالم از اصل دین و دریدن پرده های حیا است.
اینترنت یکی از نعم بزرگ الهی است، اما در عین حال یک نقمت بزرگ هم هست، یعنی یک چاقوی دو دم و خطرناک.
کسی مخالف استفاده از فضای مجازی نیست بلکه موضوع اصلی این است که در چنین عرصه ای که لغزشگاه است باید زمینه ی استفاده ی صحیح فراهم شود.
فضای مجازی، به صورت توأمان دارای منافع و مضرات بی شماری است که باید با استفاده از فرصت های آن، مفاهیم اسلامی را در سطح گسترده ترویج کرد.
جوان امروز با وجود آنکه پیروزی انقلاب و مسائل بعداز آن را ندیده و در معرض انواع آسیب های ناشی از فضای مجازی و ماهواره ها نیز قرار دارد اما متدین است.
امروز تأثیر رسانه ها و تلوزیون ها و هنر ها و این شبکه های عظیم اطلاع رسانی اینترنتی و... از سلاح و موشک و از بمب اتم بیشتر است.
این شیطانی که حمله می کند، همیشه یک جور حمله نمی کند، شیطانِ امروز که از راه اینترنت و ماهواره و روش های ارتباطی مدرن و فوق مدرن به سراغ شما می آید.
در میدان تنظیم شده از سوی دشمن بازی نکنید چون چه ببرید و چه ببازید؛ به نفع اوست.
امام خامنه ای
فضای مجازی به اندازه انقلاب اسلامی اهمیت دارد.




امام خامنه ای (دام ظله)

**در میدان تنظیم شده از سوی دشمن بازی نکنید؛**
**چون چه ببرید و چه ببازید، به نفع اوست.**